



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„CiNEMÖBEL: Funktionen von *interior* Design im Film“

Verfasserin

Nadia Suleiman

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Ulrich Meurer, M.A.

Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre hiermit eidesstattlich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungskommission vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Anmerkung

In der vorliegenden Arbeit wird zu Gunsten der einfacheren Lesbarkeit eine geschlechtsneutrale Formulierung verwendet. Es wird sowohl für die weibliche als auch männliche Form die männliche eingesetzt.

Danksagung

„In seinem Text richtet der Schriftsteller häuslich sich ein. Wie er mit Papieren, Büchern, Bleistiften, Unterlagen, die er von einem Zimmer ins andere schleppt, Unordnung anrichtet, so benimmt er sich in seinen Gedanken. Sie werden ihm zu Möbelstücken, auf denen er sich niederläßt, wohlfühlt, ärgerlich wird.“¹

...

Dieses Zitat steht für meine Selbstbeobachtung während meiner Diplomarbeitsschreibphase. Deshalb möchte ich mich bei allen, die mir bei der Umsetzung dieser Arbeit geholfen haben, für ihre Unterstützung bedanken. An dieser Stelle gilt ein besonderer Dank meinem Diplomarbeitbetreuer Herrn Univ.-Prof. Dr. Ulrich Meurer, der mich mit seinen inhaltlichen Anregungen, Veränderungsvorschlägen und vor allem mit seiner Bereitschaft mein gewähltes Thema betreuen zu wollen, sehr bestärkte. Sie haben mir geholfen, mein Thema umsetzbar zu machen, besten Dank dafür!

Ich möchte mich im Weiteren auch bei Frau Univ.-Prof. Dr. Brigitte Marschall, für die Übernahme der mündlichen Zweitprüfung, bedanken.

Auch meinen lieben Schwestern Carmen, Faten und vor allem Fadia, die mir besonders als Lektorinnen bei Seite standen, möchte ich von ganzem Herzen einen großen Dank aussprechen. Der Dank gilt selbstverständlich auch meiner gesamten Familie und meinen Freunden, die mir in den vergangenen Monaten stets bei Seite standen und mich dazu ermutigten, stark zu bleiben.

Ein ganz besonderes Dankeschön möchte ich meinem Verlobten Tomáš Studničný aussprechen. Du hattest sehr viel Verständnis für mich und hast mir viel Zeit gegeben, mich auf dieses große Projekt konzentrieren zu können. Herzlichen Dank auch für deine tolle technische Unterstützung!

¹ Theodor W. Adorno: Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben, in: *Gesammelte Schriften* 4, hg. v. Rolf Tiedemann, Frankfurt/M. 2003, S. 97f.

Inhaltsverzeichnis

1. Möbel-Film-Image.....	3
2. CiNEMÖBEL	11
2.1. Historisierung	14
2.1.1. <i>Thonet</i> Stuhl: nostalgisch	15
2.1.2. <i>Swan</i> Stuhl: zeitgenössisch.....	19
2.1.3. <i>La Chaise</i> Sitzbank & <i>Louis Ghost</i> Stuhl: zukunftsbestimmend.....	23
2.2. Hervorhebung der Figur	28
2.2.1. 670 Lounge Chair Sessel: Figurenkonstellationsdarstellung	29
2.2.2. LC2 & Egg Stuhl: statussymbolisch	34
2.3. Akzentuierung des Stuhldesigns.....	37
2.3.1. <i>Eyeball</i> Stuhl & <i>Tulip</i> Stuhl: ästhetisch	38
3. Kontextuelle Funktionen	43
3.1. Product Placement	43
3.2. Genre	46
4. Schlussbemerkungen	49
5. Bibliographie	51
6. Filmverzeichnis.....	59
7. Abbildungsverzeichnis	61
8. Abstract.....	63
9. Curriculum Vitae.....	65

1. Möbel-Film-Image

*„Mehr als jedes andere Möbelstück
verschafft uns der Stuhl einen Einblick
in die menschliche Seele.“¹²*

In meinen Untersuchungen über mögliche Funktionen von bekannten Möbelstücken im Film gilt es die Begriffe Möbel, Film und Image zu erläutern. Ausgehend von den Beobachtungen, dass bekannte Möbelobjekte oftmals in Filmen vorkommen und in unterschiedlichen Filmgenres vertreten sind, beinhaltet meine Arbeit eine präzise Betrachtung und Auseinandersetzung mit dem Thema des Designer-Mobiliars.

In dieser Arbeit lassen sich theoretische Hintergrundinformationen über die Entstehung und Herstellung eines Möbeldesigns und dessen Designers nachlesen. Des Weiteren wird ein historischer Rückblick über das Design des 20sten und 21sten Jahrhunderts gegeben.

Bei intensiver Auseinandersetzung mit dem Thema, stellt sich heraus, dass ein unbewusster Drang entsteht, immer weitere Designersitzmöbel in Spielfilmen ausfindig zu machen.

Auffällig ist, dass sie unterschiedliche Funktionen aufweisen können. Anlass genug danach zu fragen, wie die verwendeten Möbeleinrichtungen den Film verändern? Inwiefern weist ein Designermöbelstück auf der inhaltlichen Ebene im Film Funktionen auf? Und welche konkreten Funktionen lassen sich verzeichnen? Diese Fragen stechen besonders deshalb heraus, weil sie aus diesem Kontext heraus bislang nicht gestellt werden.

Wie lässt sich die Bestimmung eines Möbelobjektes aus seiner alltäglichen Verwendung heraus definieren? Es handelt sich hierbei um eine nüchterne Definition des Nomens Möbel:

„Möbel sind zunächst Gebrauchsobjekte, die sich vor allem über ihre Funktionalität definieren: Sie dienen meist entweder dem menschlichen Körper – etwa als Sitzgelegenheit oder Schlafstätte – oder der Aufbewahrung und Präsentation von Objekten.“¹³

Hintergründiger betrachtet, fällt auf, dass Möbel weitaus mehr sind, als nur ein verwendeter Gebrauchsgegenstand im Alltag. Besonders Sitzmöbel wurden im Laufe der Zeit zum zentralen Ausgangspunkt des Bürgertums. Sie illustrieren eine gewisse Lebensform und Haltung und beinhalten dabei den Zeitgeist ihrer Entwicklungsphase. Insbesondere stünden Stühle in einer

¹² Charlotte Fiel/ Peter Fiel: *Modern Chairs*, Köln. 1993. S. 8.

¹³ Sebastian Hackenschmidt / Klaus Engelhorn (Hg.): *Möbel als Medien, Beiträge zu einer Kulturgeschichte der Dinge*, Bielefeld 2011, S. 7.

wesentlich engeren physischen und psychologischen Beziehung zu ihren Benutzern als Tische oder Schränke.⁴ Vordergründig ist hierbei die Tatsache zu betrachten, dass sich Stühle, aus einem geschichtlichen Kontext heraus, im Laufe der Zeit zu Autoritätsobjekten entwickelten. Als Beispiel sei an dieser Stelle der königliche Thron genannt. Denn das Sitzmöbel entwickelte sich mit dem Einsetzen des königlichen Throns als Machtojekt zu einem repräsentativen Symbol eines Monarchen, dessen Machteinfluss durch diesen Thron ausgedrückt wurde: „Der Stuhl ist ein bedeutungsreiches Objekt: Er kann seinem Benutzer Rang verleihen, er kann in unterschiedlichem Maße geistige Inhalte verkörpern.“⁵ Ein Sitzmöbel kann etwas über seinen Besitzer aussagen und gilt daher auch als Repräsentant der Kulturgeschichte. In ihm kommt ein Abbild eines Lebenswandels innerhalb einer kulturellen Entwicklung zum Ausdruck. Offenbar ein Grund dafür, warum Möbel, beziehungsweise ihre Funktion, zu einem integralen Bestandteil der Raumgestaltung geworden sind.⁶ Sie gehören mittlerweile zu einem nicht mehr wegzudenkenden Requisit des Filminszenierungsraumes und ermöglichen angesichts ihrer im filmischen Bild in Szene gesetzten Präsentation einen gewissen reflektierenden Imagetransport auf den Film.

Das Wort „Image“ ist an dieser Stelle nur schwer zu definieren. Der Begriff verzeichnet diverse Bedeutungen. Herkömmlich sei er seit Ende des 19. Jahrhunderts aus dem französischen und angloamerikanischen Sprachgebrauch heraus ins Deutsche adoptiert worden.⁷ Die Begriffe „image“ (Englisch) und „imago“ (Latein) stehen in deutschsprachigen psychologischen Studien übersetzend für die Benennung des Vorstellungsbildes.⁸ Dieses bezeichnende Bild ist im Wesentlichen dabei als ein Charakterabbild eines Objektes zu verstehen:

„Schon in der sachlichen Heterogenität dessen, worauf sich Image alltagssprachlich beziehen kann, wird erkennbar, daß es um eine bestimmte Perspektive, um eine bestimmte Beobachtung geht, die die jeweiligen Objekte charakterisiert und vergleichbar macht.“⁹

Wird das Wort „Image“ aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive betrachtet, ist festzustellen, dass der Imagebegriff als etwas, das von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird, definiert zu sein scheint. Die Identität eines Imageobjektes drückt sich in einer Art und Weise aus, diese Wahrnehmung zu formen und zu beeinflussen.¹⁰ Das heißt, dass einem Produkt aus

⁴ Vgl., Fiel / Fiel: Modern Chairs, S. 7.

⁵ Ebd., S. 8.

⁶ Vgl., Hanne Horsfeld: Innovation – Integration – Provokation Verner Pantons Sitzmöbel, in: *Verner Panton: Das Gesamtwerk*, hg. v. Alexander Vegesack / Vitra Museum, Weil am Rhein 2000, S. 20-73, hier: S. 60.

⁷ Vgl., York Kautt: *Image. Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien*, Bielefeld. 2008, S. 10.

⁸ Vgl., Ebd., S. 13.

⁹ Ebd., S. 10.

¹⁰ Vgl., Clive Chajet, Tom Shachtman: *Image-Design Corporate Identity für Firmen, Marken und Produkte*, Frankfurt/ New York. 1995, S. 26.

der verkaufsbasierenden Strategie eines Unternehmens heraus, ein für in sich gewähltes Image gestaltet wird. Denn das Image beeinflusst unseren Geschmack und unsere Neigungen.¹¹ Der Imagebegriff wird aus dieser Perspektive auf eine verkaufsstrategische Argumentation beschränkt. Bezieht sich das Image hingegen auf Personen, charakterisiert es den Gesamteindruck eines Individuums. Besonders in der Öffentlichkeit stehende Personen mit einem hohen Bekanntheitsgrad, wie beispielsweise bei einem Hollywood-Schauspieler, wird in den meisten Fällen ein positives Image versucht zu pflegen, denn jedes präsente Erscheinen zieht Konsequenzen nach sich, ob im positiven oder auch negativen Sinne. Um ein Image entweder beibehalten zu können oder einen Imagewandel vornehmen zu wollen und damit seinen eigenen Erfolg kontrollieren zu können, kann auf ein bestimmtes Image hingearbeitet werden. Auf diese Weise können sowohl Organisationen und Orte, als auch Produkte und Unternehmen ein für sich kennzeichnendes Image innehaben. Es fällt also schwer, eine präzise Bezeichnung zu definieren, zumal die Wörter „Ruf“ und „Vorstellung“ als Synonym für jenes Wort „Image“ verwendet werden, jedoch nicht für die deckungsgleiche Bedeutung des Imagebegriffs stehen.¹²

Es kann ein Versuch gewagt werden, den Imagesinngehalt als ein Spiegel der Realitätsabbildung zu begreifen und ihn eher als eine Botschaft, die das Medium selbst ist, zu verstehen. Marshall McLuhan definiert: „Diese Tatsache unterstreicht nur die Ansicht, daß das Medium die Botschaft ist, weil eben das Medium Ausmaß und Form des menschlichen Zusammenlebens gestaltet und steuert.“¹³

Für McLuhan steht die Form im Zentrum. Er sieht in ihr eine wesentliche Funktion und erklärt, dass nicht der Inhalt, der durch das Medium mitgeteilt wird, sondern das Medium selbst, die zu vermittelnde Botschaft ist. Das heißt, dass für McLuhan nicht der Inhalt, sondern die Wirkung, die von dem Medium ausgeht, von hoher Bedeutung ist. Seine Theorie umrahmt einen umfassenden Medienbegriff, denn McLuhan betrachtet diese Medientechnologien vergleichend als Verlängerung eines menschlichen Körpers. Er ist der Auffassung, dass Gegenstände mit ihrer Erscheinung eine bestimmte Nachricht beinhalten und deshalb über mediale Eigenschaften verfügen, die auf ihre Weise die Gesellschaft prägen. „Denn die Botschaft jedes Mediums oder jeder Technik ist die Veränderung des Maßstabs, Tempos oder Schemas, die es der Situation des Menschen bringt.“¹⁴

Endsprechend beinhaltet ein Objekt, eine Person oder auch ein Unternehmen ein Image, das ebenso als ein Medium wie die Fotografie, das Radio oder auch der Fernseher, verstanden

¹¹ Vgl., Ebd., S. 27.

¹² Vgl., Kautt: Image, S. 10.

¹³ Marshall McLuhan: *Understanding Media. The Extension of Man*, New York 1964; dt.: *Die magischen Kanäle Understanding Media*, Düsseldorf u.a. 1968. S. 23.

¹⁴ Ebd.

werden kann. Es erweitert menschliche Sinne. So ermöglicht die Fotografie das Ansehen und Betrachten eines Bildes, das Radio befähigt das Zuhören und der Fernseher verbindet beides in einem. Das Image besitzt denselben medial spezifischen Charakter. Es treibt den Wahrnehmungshorizont eines bestimmten Vorstellungsbildes voran und lässt sich damit als Medium geltend machen. Somit kann festgehalten werden, dass alle Medien, und dazu zählt ebenso auch das Medium Image, mitzuteilende Botschaften sind, auch wenn ein Medium wie das Image im ersten Moment nicht als solches erkannt wird. Joseph Vogl erklärt dieses Nichterkennen folgenderweise:

„Medien machen lesbar, hörbar, sichtbar, wahrnehmbar, all das aber mit einer Tendenz, sich selbst und ihre konstitutive Beteiligung an all diesen Sinnlichkeiten zu löschen und also gleichsam unwahrnehmbar, anästhetisch- oder auch: apriorisch- zu werden.“¹⁵

Inwiefern verschwindet hierbei der Blick auf den Stuhl? Da der Stuhl das Image selbst ist, wird seine Präsenz unsichtbar. Der Stuhl fällt als Image auf und nicht mehr als der Stuhl selbst. Damit wird der Stuhl zu einem Imagegestaltungsmittel des Filmes. Die Stühle konstruieren Filmkulissen, sodass damit ein im Film real wirkender Raum geschaffen wird. Möbel und Film stehen folglich in einem kulturbezogenem Verhältnis zueinander und sollen auch in diesem Hinblick gelesen werden. Sie stellen einen kulturellen Ausdruck einer Gesellschaft dar.¹⁶ Filmische Werke können ihren Rezipienten mit ihrer Art und Weise, wie sie gestaltet sind, beeinflussen und setzen damit ihre Rahmenbedingungen dafür fest, wie sie vom Rezipienten gelesen werden sollen.

„Zahlreiche Wissenschaftler aus unterschiedlichen Forschungsdisziplinen vertreten die These, dass Filme nicht nur ein kultureller Ausdruck sind, sondern durch ihre visuelle Präsenz auch ein mehr oder weniger wirklichkeitsnahes Spiegelbild der Kultur vermitteln, in dessen Kontext sie stehen.“¹⁷

Filme werden überwiegend für ein internationales Publikum konzeptualisiert. Sie beinhalten kulturübergreifende Thematiken und sind Darstellungen dessen, was dem Zuschauer gezeigt werden möchte. Dabei lenkt der Film das Blickfeld und eine filmische Wahrnehmung beim

¹⁵ Joseph Vogl: Medien-Werden: Galileis Fernrohr, in: Lorenz Engell (Hg.): *Mediale Historiographien*, Weimar 2001, S. 115-123, hier: S. 122.

¹⁶ Vgl. Evi Hallermayer: *Filme analysieren – Kulturen verstehen. Über Akira Kurosawas Yojimbo und seine beiden Remakes Per un pugno di dollari und Last man standing*, Konstanz. 2008, S. 6.

¹⁷ Ebd., S. 7.

Rezipienten.¹⁸ Ihm liegen komplexe Entstehungsprozesse zu Grunde, denen für diese Arbeit keine weitere Relevanz zugesprochen wird. Ein wichtiger Bestandteil liegt in der Untersuchung von Designermöbelobjekten im Film. Im Vordergrund stehen verwendete Möbelobjekte als Produkt eines bestimmten Designs und Images. Der Film bietet nämlich Produktdesignern und vor allem deren Herstellerunternehmen eine optimale Möglichkeit für die Präsentation ihrer Objekte, sodass sie vom Rezipienten wahrgenommen werden können. Ob dabei eine Imagegewinnung des gezeigten Produktes stattfindet oder dem Film ein Image durch das Aufzeigen des Produktes zugesetzt wird, thematisiert und beantwortet das Unterkapitel 2.3.1. *Eyeball Stuhl & Tulip Stuhl: ästhetisch* in dieser Arbeit.

Vermerkt werden kann an dieser Stelle, dass es einen spezifischen Eigensinn des Bedeutungszusammenhanges gibt, für den sich die vorliegende hermeneutisch verfasste Untersuchung interessiert. Der inhaltliche Zusammenhang zwischen Möbel-Film und Image verweist auf die Tatsache, dass die zu untersuchende Thematik überprüfbar ist. Sie beinhaltet eine analytische Ermittlung von Funktionen der Designermöbelobjekte. Hierbei wird bei den Begriffen „Möbel“ oder „Möbelstücke“ von Sitzmöbeln ausgegangen. Es handelt sich in meiner Arbeit um Stühle, Sessel und Sitzbänke, die ein bestimmtes Design aufweisen. Zwischen 1950 und Ende der 1970er Jahre fand ein rasant exponentiell wachsender Aufschwung in der Herstellung der Sitzmöbel statt. Deshalb stehen die in dieser Arbeit analysierten Designklassiker überwiegend für den Sitzmöbelproduktionsaufschwung dieser Design-Entwicklungsperiode. Es werden dabei nicht alle Sitzmöbel, die in den Beispielfilmen zu sehen sind, analysiert, sondern lediglich auf die von mir bestimmten Möbelobjekte konzentriert und individuell eingegangen.

Ausgehend von der Beobachtung, dass Designersitzobjekte besonders häufig in Filmen vorhanden sind, beinhaltet diese Analyse entsprechende Untersuchungen darüber, wie auf die Präsenz der besonderen verwendeten Möbelobjekte in der filmischen Raumgestaltung aufmerksam gemacht wird. Des Weiteren werden ermittelte Ergebnisse der Frage, wie bekannte Möbelstücke filmisch eingesetzt werden, vermerkt. Von besonders hoher Wichtigkeit für diese Analyse sind dabei die zu prüfenden Funktionen der untersuchenden Designersitzmöbelobjekte. Entsprechende Objektbeschreibungen werden nicht ausgelassen. Im Gegenteil, viel mehr bezieht sich die Untersuchung auf die Besonderheiten der Designhaftigkeit, durch die sich das Image beschreiben lässt.

¹⁸ Vgl. Till Rave: *Wie das Kino Raum präsentiert. Tendenzen der Rauminszenierung im Gegenwartskino*, Saarbrücken. 2008, S. 6.

Mit diesem grundlegenden Gedankengang verzeichnet die vorliegende Arbeit mit dem Titel *CiNEMöBEL: Funktionen von interior Design im Film* die hohe Relevanz des Bedeutungsnetzes von Möbel, Film und Image.

Es werden neun Designklassiker aus vier Spielfilmen, in denen diese in Erscheinung treten, zur Diskussion gestellt. Bereits dieses Zahlenverhältnis zueinander, weist darauf hin, dass einzelne Spielfilme mehr als einen Sitzmöbeldesignklassiker als Filmausstattungsobjekt besitzen. Es handelt sich bei der Analyse in chronologischer Reihenfolge um den *Thonet Stuhl No. 14* (Michael Thonet, 1859), den *LC2 Sessel* (Le Corbusier, 1928), die Sitzbank *La Chaise* (Ray & Charles Eames, 1948), den *Tulip Stuhl* ohne Armlehne (Eero Saarinen, 1956), den *Lounge 670 Chair* (Ray und Charles Eames, 1956), den *Swan / Egg Sessel* (Arne Jacobsen), beide aus demselben Jahr 1958. Des Weiteren wird sich auch mit dem *Eyeball Stuhl* (Eero Aarnio, 1960) und dem *Louis Ghost Stuhl* (Philippe Stark) aus dem Jahre 2002 auseinandergesetzt. Bei den Spielfilmen beziehen sich die ermittelten Beobachtungen auf die Filme *The Apartment* (Billy Wilder, 1960), *Men in Black* (Barry Sonnenfeld, 1997), *Click* (Frank Coraci, 2006) und *Fool's Gold* (Andy Tennant, 2008). Was diese Filme miteinander verbindet, ist in erster Linie die Tatsache, dass in ihnen Sitzmöbeldesignklassiker vertreten sind, die zu den bedeutendsten Sitzobjekten der Herstellungsgeschichte dem Ende des 19. und dem gesamten 20. Jahrhunderts gehören. Sie unterscheiden sich voneinander jedoch dahingehend, dass die Stuhlobjekte keine einheitlichen Funktionen innerhalb des Filmes aufweisen. Jede einzelne Verwendung des Stuhlrequisits besitzt seine eigene filmgestalterische Bedeutung.

Das anschließende Hauptkapitel *CiNEMöBEL* beinhaltet im Kern, Untersuchungen hinsichtlich der Frage, inwiefern Designersitzmöbel in ihrer Funktion auf der diegetischen Ebene als historisierendes Gestaltungsmittel zum Einsatz gebracht werden. Zu klären ist, ob bekannte Möbelobjekte eine bestimmte Zeit widerspiegeln oder inwiefern das Herstellungsjahr eines im Film verwendeten Stuhlrequisits im Verhältnis zu seinem eigenen Film-Produktionsjahr steht? Gibt es Parallelen in der Geschichte der Entstehung eines Designklassikers mit der eines Filmklassikers? Das Kapitel verfolgt ebenso die Hypothese, dass Designersitzmöbel als Statussymbol innerhalb eines Spielfilms fungieren und daher in ihrer Präsenz-Funktion von entscheidender Bedeutung sind. Es wird geklärt, inwiefern ein Möbelobjekt als ein Statussymbol für die Filmfigurenkonstellation ins Gewicht zueinander fällt und ob das Designersitzmöbel ein Image besitzt, das die Filmfiguren voneinander nicht nur unterscheiden lässt, sondern auch in ein bestimmtes Verhältnis zu einander stellt.

Das dritte und abschließende Kapitel *Kontextuelle Funktionen von Designersitzmöbelobjekten* thematisiert Funktionen, die den Film kontextuell beleuchten. Dabei wird der Spielfilm auf der

kontextuellen Ebene zur Untersuchung gestellt. Er wird als dramaturgisches Gesamtwerk betrachtet und bezieht sich in dieser realbezogenen Sichtweise nicht auf die Handlung. Es stellt sich die Frage, inwiefern ein Sitzmöbelrequisit funktionslos als unbedeutend in Erscheinung treten kann, ohne einen weiteren Sinngehalt für den dramaturgischen Ablauf aufzuweisen? Wird dem Film ein bestimmter Status aufgrund der Verwendung eines Designerstuhls beigelegt? Inwiefern spielt das Product Placement bei der Verwendung eines Designersitzmöbels eine Rolle? Werden Sitzmöbel lediglich in bestimmten Filmgenres verwendet? Zu welchem Effekt führt die Präsentation eines Designerstuhllobjektes im Film?

2. CiNEMÖBEL

*„Bilder sind bedeutungsbeladene Medien
der Repräsentation für Inhalte und Objekte,
die dem Menschen vermittelt werden wollen.“¹⁹*

CiNEMÖBEL- sind Möbel, die in Spielfilmen zu sehen sind. Die inhaltliche Fokussierung dieses Hauptkapitels, liegt auf der Untersuchung ihrer Präsenz. In der Analyse soll ein Augenmerk auf das jeweilige Designersitzmöbel gerichtet werden, da dessen Erscheinungsbild als ein wichtiger Aspekt für die Hervorhebung von Figuren in bestimmten narrativen Filmszenen zu bezeichnen ist. Ein weiteres wesentliches Merkmal der Untersuchung liegt auf der Akzentuierung der Designerstühle. Wie werden die analysierten Designklassiker im Film eingesetzt? Rudolf Arnheim betrachtet beispielsweise die Bedeutung der Darstellung eines Schauspielers als dasselbe, wie den Wert eines diegetischen Gegenstandes. Er betont, dass nicht anders als der Menschenkörper des Darstellers auch andere Dinge der Welt die Spuren menschlichen Fühlens und menschlicher Entschlüsse zeigen können.²⁰ Das bedeutet, dass es für den Inhalt einer Handlung auch andere relevante Anhaltspunkte gibt, die dem Rezipienten vermittelt werden sollen. Auch der deutsche Architekturkritiker Heinrich de Fries sah die Raumauffassung mit der Handlungsauffassung eines Filmbildes miteinander verankert: „Die Tiefenwirkung ist mit besonderer Eindringlichkeit immer wieder herausgeholt und als stärkste Handlungsgeste des Raumes mit den Bewegungsvorgängen im Film verknüpft.“²¹ Raumausstattungsrequisiten werden demnach aus einem Streben heraus verwendet, die diegetische Erzählung zu bestärken. Die Handlungsgesten können auf diese Weise besser wahrgenommen werden. Wird jedoch beispielsweise die Form eines Objektes nicht im Zusammenhang mit ihrer Funktion gesehen, kann ihre eigentliche Ausdrucksweise nicht richtig verstanden werden.²² Ein Möbeldesign besitzt aus diesem Kontext heraus, auch eine ästhetische Form, die zugleich eine für sich bestimmte Funktion aufweist. Die Anwendung eines Möbelobjekts im Film ist dementsprechend nicht irrelevant. Im Gegenteil, sie beinhaltet einen für die narrative Handlung bedeutenden Sinngehalt. Arnheim erklärt, dass der Raum als

¹⁹ Elize Bisanz: Die Überwindung des Ikonischen. Kulturwissenschaftliche Perspektiven der Bildwissenschaft, Bielefeld. 2010, S. 90.

²⁰ Vgl., Rudolf Arnheim: Film als Kunst, Frankfurt/M. 2004. S. 181f.

²¹ Fries, Heinrich: Raumgestaltung im Film, in: Wasmuths Monatshefte für Baukunst und Städtebau, 5/ ¾, 1920/21, S. 63-82, hier: S. 69.

²² Vgl., Rudolf Arnheim: Die Dynamik der architektonischen Form. gestützt auf die 1975 an der Cooper Union New York gehaltenen „Mary Duke Biddle lectures“, Köln. 1980, S. 10.

das Gegebene erfahren wird, welches den enthaltenen Objekten vorausgeht. Der Raum sei als der Rahmen zu verstehen, in dem jedes „Ding“ seinen Platz findet.²³

Da in Filmen, Orte, Handlungen, Personen und auch die Zeit durch bestimmte Gegenstände charakterisiert werden, können in ihnen besonders, wenn sie realbezogene Bereiche aufzeigen, wirklichkeitsgetreue Abbilder nicht ausgeblendet werden.²⁴ Daher werden in Bezug darauf, Ausstattungsgegenstände eingesetzt, die Teil der Wirklichkeit sind. Sie verschaffen damit dem Rezipienten einen realen Eindruck. Die tatsächliche Designhaftigkeit eines Möbels steht dabei für die Handschrift seines Erschaffers. Das bedeutet, dass der Stil eines Designers sich immer auch in seinen Entwürfen widerspiegelt. Es liegt nah, dass dies ein relevanter Aspekt für die Entscheidung bei der Möbelwahl für die Verwendung im Film ist, die von den Filmschaffenden getroffen werden muss. Es soll hier zur Kenntnis genommen werden, dass der Stil eines Designklassikers nicht einfach zu entfernen ist. Auf Grund dessen liegt diesem Kapitel auch eine Untersuchung der jeweiligen Möbelstilrichtungen zu Grunde. Ihre Produktionstechnologien und Materialien werden daher präsentiert.

Außerdem weisen die im Folgenden zu interpretierenden Filmausschnitte auch unterschiedliche Möbeldarstellungen auf, die es entsprechend zu analysieren gilt. Thematisiert wird auch das dabei entstandene narrative Bild, das näher beleuchtet werden soll. Denn besonders Medien Sie erzeugen eine kulturelle Kommunikation, die nicht allein von der Weltwahrnehmung, sondern auch durch das Gedächtnis geprägt werden.²⁵

Wie ist das narrative Bild, das der Zuschauer sieht, aufgebaut? Aus kulturwissenschaftlicher Perspektive werden Bilder als Projektionen und materielle Träger verstanden, die unsere Welt interpretieren.²⁶ Die entstandenen Bilder werden dabei als ein „Erkenntnis- und Kommunikationsmedium“ betrachtet. Es verallgemeinert nicht nur wirkliche sondern auch mögliche Welten, Formen und Bedeutungen. Bilder fügen demgemäß aussagekräftige Signale zusammen. Sie implizieren dabei einerseits den Bereich des räumlichen und zeitlichen Aspekts und andererseits subjektive Empfindungen oder auch gemeinschaftliche Lebenserfahrungen. Besonders kinematographische Bilder heben ein kollektives Bewusstsein hervor, indem sie als kulturelle Räume verstanden werden.

Filmbilder verknüpfen in einer narrativen Einheit die Bedeutungsschichten der verschiedenen Sinneswahrnehmungen. Dabei reflektiert die Filmsprache eine Narrationsstruktur in unterschiedlichen Zusammenstellungen. Die spezifische Erzähllogik hingegen beschreibt, wie Filme Bilder darstellen und präsentieren. Das kinematographische Element habe dabei eine

²³ Vgl., Ebd., S. 17.

²⁴ Vgl., Auer / Kalweit / Nüßler (Hg.): Product Placement, Die neue Kunst der geheimen Verführung, S. 50.

²⁵ Vgl. Bisanz: Die Überwindung des Ikonischen, S. 23.

²⁶ Vgl. Ebd., S. 89.

modellierende Funktion, es sichere das Vorstellungsbild, den bildnerisch gestalterischen Moment der Filmsprache.²⁷ Unter dessen wird der kinematographische Bildraum als Abbild eines menschlichen Lebensraumes betrachtet. Der Mensch erlebe sich selbst durch den Film. Die technische Machbarkeit scheint nur das Medium zu sein, durch das die inneren, sowohl körperlichen wie auch geistigen Welten, sichtbare Formen erlangen würden.²⁸ Das bedeutet, dass sich die narrativen Bilder auf den Rezipienten unterschiedlich in seinem Filmblick auf das thematisierte Ereignis auswirken können. Die Wahrnehmungsfähigkeit ist bei jedem Menschen verschieden.

„Gerade weil das Bild im Kino zugleich Bild und Sicht produziert, kann es auch auf Bilder verzichten, wir produzieren sie auf dem Umweg über die Sicht selber. Vermutlich funktioniert das Kino eben so, [...], nämlich indem sich die Bilder in uns „einschreiben“, und indem wir mit dieser imaginären Schrift sowohl das Bild als auch seine Abwesenheit „lesen“.“²⁹

Im Wesentlichen zeigen Bilder in kurzer Zeit eine Folge von Momenten im Raum auf. Sie umschließen dabei die Handlung und schaffen so einen Raum, der wiederum das gesamte lebendige Geschehen umfasst.³⁰ Das Bild eines Films ist eine Art lebendiger Raum, der von außen durch ein Fenster betrachtet wird. Dabei kann das Kino als dieses Fenster zur Welt verstanden werden, wie auch Arnheim, Eisenstein und Bazin definieren. Das Fenster sei der Rahmen, durch den der Rezipient eine jenseits des Kinos existierende Realität erblicken kann.³¹ Wobei dieser lebendige Eindruck, der sich in den Bildern ausdrückt, keineswegs an Inhalt und Grenzen des gewöhnlichen Lebens binden muss.³² Des Weiteren gilt der Film nicht als Abbild, das die Wirklichkeit imitiert, sondern als eine eigene Welt und Wirklichkeit, die durch den vorgegebenen Rahmen geschaffen wird. Arnheim sieht deshalb die Kunstfähigkeit eines Films aus der Perspektive heraus, wo der Künstler schaffend und kreativ eingreift.³³ Aus diesem Grund wird das Kino nicht nur als ein realistisches Fenster zur Welt aufgefasst, sondern auch als ein konzeptualisiertes Schaufenster zur konsumistischen Warenwelt.³⁴

Im Hinblick auf die Einsetzung von Designerstühlen im Film, kann einerseits die Vermutung nahe gelegt werden, dass das im Film verwendete Möbelobjekt nicht unbedingt unüberlegt zum Einsatz gebracht wird, sondern dahinter ein womöglich wirtschaftlicher Grund besteht.

²⁷ Vgl. Ebd., S. 162.

²⁸ Vgl. Ebd., S. 164.

²⁹ Georg Seeßlen, Fernand Jung: *Stanley Kubrick und seine Filme*, Marburg. 1999, S. 64.

³⁰ Vgl. Heinrich de Fries: Raumgestaltung im Film, in: *Wasmuths Monatshefte für Baukunst und Städtebau*, 5/ 3/4, 1920/21, S. 63-82, hier: S. 63.

³¹ Vgl. Thomas Elsaesser / Malte Hagener: *Filmtheorie zur Einführung*, Hamburg. 2008, S. 45.

³² Vgl. Georg Lukacs: Gedanken zu einer Ästhetik des Kinos, in: Anton Kaes (Hg.): *Kino-Debatte Texte zum Verhältnis von Literatur und Film 1909-1929*, München 1978, S. 112-118, hier: S. 115.

³³ Vgl. Elsaesser / Hagener: *Filmtheorie zur Einführung*, S. 32f.

³⁴ Vgl. Ebd., S. 47.

Andrerseits bestehe die Beziehung zwischen dem Filmemacher und dem Zuschauer nicht auf einem Einverständnis der Sicht, sondern aus einem gemeinsamen Erkenntnisinteresse heraus.³⁵ Es lässt sich dementsprechend schwer ermitteln, ob ein mit Sitzmöbel, das ein bestimmtes Design ist, unüberlegt oder beabsichtigt eingesetzt wird und vor allem aus welcher Intention heraus sich die Filmemacher für eine Verwendung entscheiden.

*"Der Mensch ist von seiner Natur aus ein massiver Produzent, Vermittler und Konsument von Informationen. Aus dieser Perspektive können die Informationen, [...], als der Versuch der kulturellen Transformation von privaten und öffentlichen Raum- und Zeitkategorien verstanden werden."*³⁶

Ausschlaggebend für dieses Kapitel sind die hier im Wesentlichen dargelegten Betrachtungen der einzelnen Filmszeneninterpretationen zu den jeweiligen Sitzmöbeln. Es geht lediglich darum, aufzuzeigen, was das Wiedererkennen eines Designersitzmöbels im Film bedeutet. Es werden entsprechende bildnerische Gestaltungen analysiert, da die Designersitzmöbel einen gravierenden Einfluss auf die Handlungsebene der Filme haben, weshalb insbesondere diese herauszuarbeiten und aufzuzeigen sind.

2.1. Historisierung

In diesem Kapitel werden Designersitzmöbel untersucht, die im Film auf eine bestimmte Zeit verweisen. „Historisierung“ soll dabei nicht im historischen Kontext aufzufassen sein. Es wird kein geschichtlicher Rückblick einer bestimmten Designherstellung in Betracht gezogen. Es geht darum dargestellte Designermöbelobjekte zu interpretieren, die eingesetzt werden, um einen Zeitabschnitt einer filmischen Handlung zu bestärken. Die Zeitachse zwischen Vergangenheit- Gegenwart- und Zukunft besitzt keine Zusammengehörigkeit. Die jeweiligen Zeitabschnitte hängen nicht voneinander ab und haben auch keinen inhaltlich miteinander verknüpfenden Zusammenhang. Diskutiert werden in diesem Hinblick unterschiedliche Filmbeispiele, die verschiedene Designersitzmöbelklassiker aufweisen. Sie wirken in ihrer Funktion als Ausstattungsgegenstand im Film, entweder nostalgisch, zeitgenössisch oder auch zukunftsorientiert. Der Bedeutungszusammenhang zwischen Film und Möbelobjekten liegt hier in der Herausarbeitung der eingesetzten Möbelpräsenz, die in den gewählten Filmausschnitten verdeutlicht wird.

³⁵ Ebd.

³⁶ Bisanz: Die Überwindung des Ikonischen, S. 81.

2.1.1. Thonet Stuhl: nostalgisch

*„Man darf nicht vergessen,
dass viele Designgeschichten ihre Erzählung
mit den Stühlen der Gebrüder Thonet beginnen lassen.“³⁷*

Der Ausgangspunkt dieses Unterkapitels bezieht sich auf die These, dass Designersitzmöbel im Film verwendet werden, um auf eine bestimmte Zeit aufmerksam zu machen. Dadurch können sie nostalgisch wirken. Diese Annahme bestätigt sich in einer Kurzszene des Filmbeispiels *Fool's Gold*. Der Ort der Handlung ist eine Kirche auf der karibischen Insel namens Topsail Cay. Die inhaltliche Fokussierung liegt auf dem aufzusuchenden Schatz des „Queen's Dowry“. Das sich scheiden lassen wollende Ehepaar bemüht sich bereits in der Vergangenheit diesen besonderen Schatz auf dem Meeresgrund der Karibik aufzufinden. Nach ihrem Misserfolg trennen sich ihre Wege voneinander. Ein neuer Hinweis jedoch verleitet den Protagonisten namens Finn dazu, seine noch immer geliebte Frau Tess aufzusuchen und ihr von seiner Erkenntnis mitzuteilen. Tess arbeitet mittlerweile auf einem Privatschiff und kann sich über das Erscheinen ihres Mannes nicht freuen. Aus diesem Grund ergreift Finn die Initiative und überredet den Jachtbesitzer dazu, ihm bei der Suche nach dem verschwundenen Schatz zu unterstützen.

Am Strand von Topsail Cay angekommen, versuchen die Filmfiguren vergebens nach Anhaltspunkten zu recherchieren.³⁸ Tess bemerkt: *„If there are any old records, they're in the church [...] letters, journals, sermons“*.³⁹ Finn stimmt Tess zu und bestätigt ihre Überlegungen: *„It's the oldest building on the island“*.⁴⁰

Mit dieser Bemerkung weißt der Protagonist darauf hin, dass es sich bei der erwähnten Kirche, die sich auf der karibischen Insel befinden soll, um ein sehr altes Kirchengebäude handelt. Auf diese Weise steht der Protagonist im Zentrum der Handlung. Sein Agieren bestimmt den weiteren Verlauf der Erzählung, denn dieser indirekt angekündigte darauffolgende Szenenortswechsel, lässt ein narratives Bild vermuten, das die Kirche entsprechend als ältestes Baugebäude der Insel darstellt. Für den weiteren Handlungsverlauf ist dieser Szenenortswechsel für die folgende Untersuchung ausschlaggebend. Er leitet auf der diegetischen Ebene die Handlung vom Strand zum Festland überstreitend in einen geschlossenen Raum weiter. Der Rezipient erlebt den Ortswechsel registrierend mit und stellt

³⁷ Catharina Berents: *Kleine Geschichte des Design. Von Gottfried Semper bis Philippe Starck*, München. 2011, S. 174.

³⁸ *Fool's Gold* (Ein Schatz zum Verlieben, Andy Tennant 2008, DVD Video, Warner Home Video 2008, 01:16:09-01:17:17).

³⁹ Ebd., hier: 01:16:56.

⁴⁰ Ebd., hier: 01:17:06.

sich dabei auf den Übergang ein. Das thematisierte Kirchengebäude besteht aus einer Steinfassade und besitzt zwei Holztüreingänge sowie ein Fenster auf der Vorderseite des Kirchengebäudes.⁴¹ Der Innenraum ist verdunkelt und steht im optischen Gegensatz zum vorherigen Szenenort. Es gibt in diesem Bereich keine Fenster, es scheint lediglich ein kleiner Lichtstrahl durch das Treppenhaus von oben hinunter, der den Raum beleuchtet. Paletten, Kisten, Regale, Tische, Stühle, und alte Fensterrahmen sind aus Holz. Es wirkt, als sei die Kirche willkürlich angeordnet ohne auf ein bestimmtes Jahr oder Jahrhundert/ eine bestimmte Epoche einzugehen. Es werden auch keine Sitzbänke zur Verfügung gestellt. Der Raum wirkt aufgrund seiner Unordnung verlassen, dunkel und nicht gut erhalten. Das Szenenbild repräsentiert keinen klassischen religiösen Kirchenraum, eher einen Kirchenkeller, in dem sich viele alte, bereits mit Staub versehene Bücher und Dokumente gestapelt auf dem Boden, dem Tisch und auch in den Regalen befinden. Die Erzählung entwickelt sich in dieser Szene ausschlaggebend weiter. Tess entdeckt ein altes Dokument, das niedergeschriebene Notizen des Kirchenarchitekten enthält. Darin werden Hinweise schriftlich festgehalten, wo er den wertvollen Schatz vergraben hat. Die Freude über die Erkenntnis ist evident. Aufgrund der veränderten Kameraposition, wechselt in diesem Moment die Bildperspektive. Dank der modifizierten Kameraeinstellungsgröße, nimmt der Rezipient eine neue Raumwahrnehmung ein. Das Bild ist nun in der Halbtotalen Kameraeinstellung eingestellt.

„In der Halbtotalen werden die agierenden Figuren im Handlungsraum präsentiert [...] Diese EinstellungsgroÙe zeigt die Menschen von Kopf bis Fuß, ihre Aktionen sind für die Zuschauer sichtbar.“⁴²

Diese Kameraeinstellung lässt den Rezipienten die Kircheninnenraumausstattung eindeutiger erkennen. Zu sehen sind einige aufeinander gestapelte Thonet Stühle mit der Nr.14, die mit einem grau-weiß gestreiften Sitzbezug überzogen sind. In der Originalversion besteht die Sitzfläche aus einem korbgeflochtenen Rund. Auch wenn hier die Stühle eine neue Sitzflächenpolsterung aufweisen, spiegelt die analysierte Raumbestuhlung eine vergangene Zeit wider. Auf diegetischer Ebene erhält der Zuschauer die Information, dass die Kirche nicht nur, wie bereits festgehalten, das älteste Gebäude der Insel ist, sondern auch den Hinweis, dass sie im 18. Jahrhundert gebaut wurde. Der Thonet Stuhl ist kontextuell betrachtet erst im 19. Jahrhundert hergestellt worden. Diese Tatsache weist darauf hin, dass diese Raumbestuhlung nicht als zeitgenössisches Requisit aus dem 18. Jahrhundert betrachtet

⁴¹ *Fool's Gold* (Ein Schatz zum Verlieben, Andy Tennant 2008, DVD Video, Warner Home Video 2008, 01:18:47-01:19:16, hier: 01:19:04)

⁴² Lothar Mikos: *Film – und Fernsehanalyse*, Konstanz. 2008, S. 196.

wurde. Die Vermutung geht eher dahingehend, dass die Präsenz des Thonet Stuhls an dieser Stelle an eine lang zurückliegende Zeit verweisen soll. Immerhin liegen zwischen der ersten Produktion dieses Stuhls und dem Filmproduktionsjahr über 100 vergangene Jahre. Der Thonet Stuhl kann als Ursprung der Produktionsgeschichte vermerkt werden.

„Derart auf die nötigsten Elemente eines Sitzmöbels reduziert, wird er zum Symbol des gelungenen Übergangs von der handwerklichen zur industriellen Fertigung und zu einem der größten Vorbilder für das Design des frühen 20. Jahrhunderts.“⁴³

Seine Serienproduktion startet 1859. In unzähligen literarischen Werken wird der Thonet Stuhl immer wieder als Inbegriff des Bugholzmöbels bezeichnet. Der Grund dafür liegt in seiner Produktionsherstellung. Im Gegensatz zum traditionellen Schreiner, habe Thonet vermutet,

Thonet Stuhl Nr. 14

Herstellungsjahr:
1859

Designer:
Michael Thonet (1796-1871)

Zu sehen in:
Fool's Gold (2008)

Regie:
Andy Tennant

- Holzverbindungen verschraubt, nicht verleimt, dadurch unbegrenzte Lebensdauer.⁴⁴
- Ist kein Zeuge vorindustrieller Vergangenheit, sondern Wegbegleiter zur Moderne⁴⁵
- Voraussetzung für eine Massenproduktion war die Industrialisierung, weltweiter Export daher möglich.⁴⁶



Abb. 1 Thonet Stuhl

das feste Holz durch eine Schwingung in der Biegung verformen zu können, ohne es sägen oder schnitzen zu müssen, was bis dahin zur gängigen Holzbearbeitung galt.⁴⁷ Daher verkörpert der Thonet Stuhl mit seiner geschwungenen Rückenlehne und dem runden Sitz alle Vorteile der Bugholztechnik. Seine wesentlichen Merkmale seien die Formschönheit, Funktionalität, Materialersparnis, ein niedriger Kaufpreis und die Stabilität der Bugholzverarbeitung.⁴⁸ Für den weiteren Szenenverlauf spielen diese Merkmale eine bedeutsame Rolle. Nachdem Tess den geheimen Ort mit dem versteckten Schatz ermittelt hat und sich darüber so sehr freut, dass sie Finn an sich zieht und dabei beide küssend

⁴³ Andrea Gleining: Die Bugholzmöbel von Michael Thonet, in: *Modern furniture: 150 years of design*, hg. v. Volker Albus, Ullmann 2009, S. 688-691, hier: 688.

⁴⁴ Vgl., Albrecht Bangert: *Antiquitäten. Thonet Möbel. Die Geschichte einer großen Erfindung Mit über 120 Abbildungen unter Verwendung einer Biographie aus dem Jahre 1896 und Auszügen aus den Originalkatalogen*, München. 1979. S. 13.

⁴⁵ Vgl., Ebd., S. 9.

⁴⁶ Vgl., Gleining: Die Bugholzmöbel von Michael Thonet, S. 688-691, hier: 688.

⁴⁷ Vgl. Albrecht Bangert: *Antiquitäten. Thonet Möbel*, S. 25.

⁴⁸ Vgl. Ebd., S. 12f.

umklammert auf den Boden rechts im Bild fallen, wird in diesem Moment auf den Thonet Stuhl aufmerksam gemacht.⁴⁹ Einer der Beiden, was nicht ersichtlich ist, stößt den Stuhl mit den Beinen um, sodass auch dieser zu Boden sinkt.



Abb. 2 Der Thonet Stuhl Nr.14 als nostalgisches Element, Fool's Gold

Vermutlich war die Stuhlverschiebung beabsichtigt, ob dieser Stoß jedoch bei den Dreharbeiten improvisiert wurde, oder bereits im Drehbuch vermerkt war, kann in dieser Arbeit nicht belegt werden und dem wird auch keine weitere Relevanz zugesprochen. „Wir neigen dazu unaufhörlich alles was wir sehen und erleben zu hinterfragen, selbst Zufälle werden zum Zeichen von verborgenen Bedeutungen und Absichten.“⁵⁰ Ausschlaggebend ist, dass der Thonet Stuhl mit dem Stoß betont wird. Er fällt mittig direkt unter die Raumlampe ins Bild und kommt unter dem hellen Lichtstrahl gut zur Geltung. Trotz des Aufpralles bleibt das Sitzmöbel beständig. Ausschlaggebend ist, dass der Thonet Stuhl durch seine nostalgische Wirkung an dieser Stelle historisierend für die Veranschaulichung der Innenraumbestuhlung des ältesten Gebäudes in Topsail Cay, steht. Das Szenenbild entspricht dem Abbild eines alten verlassenen Gebäudes. Dadurch wird der Stuhl zum wesentlichen Ausstattungsrequisit.

⁴⁹ *Fool's Gold* (Ein Schatz zum Verlieben, Andy Tennant 2008, DVD Video, Warner Home Video 2008, 01:19:16-01:21:29, hier: 01:21:26)

⁵⁰ Bisanz: Die Überwindung des Ikonischen, S. 59.

2.1.2. *Swan* Stuhl: zeitgenössisch

Es soll nun dargelegt werden, wie ein in Szene gesetztes zeitgenössisches Interieur historisierend wirken kann. Der Filmregisseur Billy Wilder präsentiert in *The Apartment* mit dem Swan Sessel von Arne Jacobsen ein neues zeitgemäßes Möbeldesign. Der Stuhl wurde 1958 entworfen. Der Spielfilm kam 1960 in die Kinos. Der Hauptprotagonist C.C. Baxter wird in der analysierten Filmszene von seinem Vorgesetzten Mr. Jeff Sheldrake zum persönlichen Assistenten befördert. Diese Stelle strebt Baxter bereits seit Spielfilmbeginn an. Sie wird ihm jedoch nicht aufgrund seiner außerordentlichen guten Leistungen und abgearbeiteten Überstunden angeboten, sondern für sein überaus vornehmes Verhalten als er in seiner Wohnung eine auf dem Bett liegende Frau mit dem Namen Ms. Fran Kubelik auffindet. Nachdem Mr. Jeff Sheldrake die Wohnung von C.C. Baxter zur Verfügung gestellt bekommt und die ausgeführte Dame in der Wohnung zurücklässt, versucht diese sich das Leben zu nehmen. Mr. Sheldrakes Assistentin erfährt über den Vorfall, kündigt ihre Stelle und benachrichtigt seine Ehefrau darüber, sodass diese ihn aus dem Haus wirft. Die Erzählung nimmt hier eine Wendung ein, denn die nun zur Verfügung stehende Assistentenstelle soll mit Baxter besetzt werden.⁵¹ Ihm wird von Mr. Sheldrake das neue Arbeitsbüro präsentiert.



Abb. 3 *The Swan-Chair: als einzige Sitzmöglichkeit, The Apartment*

Mr. Sheldrake befiehlt Baxter sich zu setzen und verweist ihn auf die einzige im Raum vorhandene Sitzmöglichkeit, dem Swan Sessel, der hier für den Rezipienten noch nicht gut zu erkennen ist. Positioniert ist der Stuhl hinter dem robusten Schreibtisch. Auf der inhaltlichen Ebene des Films allegorisiert der Stuhl die Hochmodernität der Chefetage, in der der

⁵¹ *The Apartment* (Das Appartement, Billy Wilder 1960, DVD [Special Edition], MGM 2007, 01:52:29-01:54:24, hier: 01:53:25).

Hauptprotagonist nun beschäftigt werden soll. Für die Handlung ist das bedeutend, denn im weiteren Szenenverlauf lässt Mr. Sheldrake Baxter ihn nicht nur auf dem für ihn neuen Stuhl Platz nehmen, sondern vergewissert sich auch, ob ihm das neue Büro gefällt, indem er fragt: „Do you like it? It's all yours.“⁵² An dieser Stelle verweist Mr. Sheldrake mit seiner Frage auf das Interieur des Arbeitsbüros. Dem Rezipienten wird so verständlich gemacht, dass dieses Büro etwas Besonderes ist. Zuvor saß Baxter in einem Gemeinschaftsbüro bestuhlt mit einfachem Mobiliar und mit seinen mehr als über einhundert Kollegen nebeneinander.⁵³ Das Besondere dieses Büros drückt sich in der einzigen zur Verfügung stehenden Sitzmöglichkeit, dem Swan Sessel, aus.

Er wurde 1958 von Arne Jacobsen designt. Der Entwurf dieses Modells ist der Inbegriff des modernen skandinavischen Trends gewesen und verkörpert eine typisch dänische Interpretation des modernistischen Designs.⁵⁶ Die Sitzschale

ist an den Seiten im Bogen nach oben geführt, sodass sich flügelartige Armlehnen bilden. Die Rückenlehne ist ein schmales Taillenstück, das nach oben hin breiter wird. Das Konstrukt steht auf

Swan Stuhl

Herstellungsjahr:
1958

Designer:
Arne Jacobsen (1902-1971)

Zu sehen in:
The Apartment (1960)

Regie:
Billy Wilder

- Der Stuhl gehört zu dem Entwurf für das SAS Royal Hotel in Kopenhagen (1956-1960)
- Jacobsen setzte sich mit dem Stuhl eine neue Aufgabe: Formen herzustellen, die nur aus gekurvten Linien bestehen.⁵⁴
- Preise: 1957_ Milan XI Treinnale, 1967 den ID Preis der Danish Society of Industrial Design, International Design Award vom American Institute of Interior Designers⁵⁵



Abb. 4 Swan Stuhl

einem Aluminiumguss-Ständer mit einem sternförmigen Fuß. Dieses Design weist eine skulpturale, organische Ästhetik auf und ist im Profil dreidimensional. Kennzeichnend ist sein hoher Wiedererkennungswert. Durch seine assoziative Bezeichnung erinnert er, wie bereits im Namen festgehalten, an die Form eines Schwanes. Arne Jacobsen habe die Gabe besessen, skulpturale Formen mit Kultcharakter zu produzieren, die als zeitlose Klassiker geblieben sind.⁵⁷ Wahrscheinlich ist das auch der Grund dafür, warum seine innovativen Kreationen bis heute noch immer sehr oft in Filmproduktionen platziert werden.

⁵² *The Apartment*, hier: 01:53:30.

⁵³ Ebd., hier: 00:02:15-00:03:15.

⁵⁴ Judith Miller: *Der Stuhl: Stil-Design-Kult*, München. 2010, S. 245.

⁵⁵ <http://www.infurn.com/de/arne-jacobsen-swane-chair>

⁵⁶ Vgl., Miller: *Der Stuhl: Stil-Design-Kult*, S. 245.

⁵⁷ Vgl., Ebd.

Selbst in dieser vorliegenden Arbeit werden zwei Filmproduktionen analysiert, in denen der Sessel aus unterschiedlichen Intentionen betrachtet wird. Für die Analyse dieses Unterkapitels ist die weitere Filmszene relevant. Der Rezipient kann die nun gut zur Geltung kommende Platzierung des Swan Sessels erkennen und damit den Sessel wahrnehmen, was ausschlaggebend ist. Mr. Sheldrake bittet in dieser Filmszene C.C. Baxter, in sein Büro hineinzukommen. Die Tür des Assistenzbüros wird dabei offen gelassen. Der Sessel befindet sich hinter der offengelassenen Bürotür.⁵⁸



Abb. 5 The Swan-Chair als zeitstilistisches Element, *The Apartment*

Da *The Apartment* ein Schwarzweißfilm ist, klärt sich die Frage nach der Sesselfarbe von selbst. Erkennen lässt sich jedoch, dass der Stuhl aus dunklem Leder besteht. Die dreidimensionale Erscheinung des Sessels kommt in dieser Platzierung gut zur Geltung. Wird dieses vorliegende filmische Bild senkrecht in der Mitte getrennt, ist eine klare Gleichstellung der Protagonisten erkennbar. Aufrechtstehend blickt C.C. Baxter gegenüber von seinem rechts im Bild sitzenden Vorgesetzten. Der hinter Baxter vorhandene Swan Sessel gleicht das narrative Bild mit dem sitzenden Mr. Sheldrake aus. Mit der rechts im Bild hinter Mr. Sheldrake positionierten Ritterfigur hingegen, wird das Bild wiederum mit dem stehenden C.C. Baxter symbolisch ausgewogen, denn das Statussymbol eines reitenden Ritters auf einem Pferd kann, wie zum Beispiel aus der Sicht des Kunsthistorikers Wolfgang Ullrich, als Symbol für Leistung und Erfolg definiert werden.⁵⁹ Wird die Abbildung der Ritterstatue im filmischen Bild nun mit einer konformen Kunstabbildung verglichen, ist festzustellen, dass die Besonderheit beider Abbildungspräsenzen gleichbedeutend interpretiert werden können. Ullrich erklärt: „Auf diese Weise erlangt moderne Kunst im Umfeld von Machtzentren eine wichtige Funktion: Sie

⁵⁸ *The Apartment* (Das Appartement, Billy Wilder 1960, DVD [Special Edition], MGM 2007, 01:56:25-01:58:45, hier: 01:56:50).

⁵⁹ Vgl., Wolfgang Ullrich: *Mit dem Rücken zur Kunst, Die neuen Statussymbole der Macht*, Berlin. 2000. S. 62.

bestätigt bestehende Hierarchien.“⁶⁰ Für die narrative Handlung bedeutet das, dass die Ritterstatue als Symbol für Leistung und Erfolg die Figur des C.C. Baxters hervorhebt. Dabei spiegeln die Charaktereigenschaften „Kraft“ und „Dynamik“ eines Pferdes sich auch in der Figur des C.C. Baxters wider. Wird im Weiteren der Swan Sessel nun mit einem Kunstobjekt verglichen, ist auffallend, dass auch ihm eine zusätzliche Doppelfunktion zugesprochen wird. Insoweit ein Kunstobjekt modern oder gar befremdlich und ungewohnt wirkt, signalisiere es Umbruch und Dynamik, sofern es aber überhaupt als Kunst erkennbar sei, stelle sie eine Bekenntnis zur kulturellen Tradition dar und erscheine als Garant zeitloser Werte.⁶¹ In diesem Sinne versteht sich auch das Präsentsein dieses Designersitzmöbels. In ihm drückt sich eine Möbelherstellungsveränderung aus. Dieses Möbeldesign ist neu und deutet einen Raumausstattungswandel in den 1950er Jahre an. Der Swan Sessel gilt hier als zeitgenössischer Repräsentant dieses Möbelwandels. Das Einsetzen dieses modernen zeitgenössischen Designs im Film, steht im Wesentlichen auch für das Auseinandersetzen und Erkennen einer Neuerfindung. Der Film hat auf diese Weise einen entscheidenden Einfluss auf den Rezipienten, dem ein gewisser Modetrend aufgezeigt wird. Das Mobiliar spielt dabei auch eine entscheidende Rolle. Modernes Design kann nämlich als wichtiges Accessoire für die Darstellung von Filmfiguren gelten und wird deshalb oft auch als Requisit verwendet. Ullrich definiert dieses in Trend setzen wollendes Modebewusstsein folgenderweise:

„In einer Zeit steter technischer Innovation und inmitten einer Konsumhochkultur findet mehr Anerkennung, wer es schafft, sich mit dem jeweils Neuesten zu umgeben: Dies setzt ökonomische Potenz voraus und verlangt zudem die Fähigkeit, immer die aktuellen und rasch wechselnden Moden und Trends zu erkennen.“⁶²

Das Aufzeigen neuer industrieller Produkte setzt jedoch auch voraus, dass der Rezipient einen entsprechenden Zeitstil besitzt und damit ein Wiedererkennen garantiert ist. Wird erneut der Versuch gewagt, Design mit Kunst zu vergleichen, ist auch hier eine gewisse Gemeinsamkeit festzustellen. Zeitgenössische Kunst nämlich nicht zu schätzen, sei fast gleichbedeutend dem Eingeständnis, sich als Rezipient zu wenig darum bemüht zu haben oder aber von ihren Ansprüchen überfordert gewesen zu sein.⁶³ Diese Beobachtung gilt auch für das Möbeldesign. Es ist für diese Analyse nicht abwegig, Design mit Kunst zu vergleichen, zumal die oft zu beobachtende organische und skulpturale Formensprache des Designs der 1950er Jahre auch

⁶⁰ Ebd., S. 39.

⁶¹ Vgl. Ebd., S. 29.

⁶² Ebd., S. 27.

⁶³ Vgl., Ebd., S. 36.

von zeitgenössischer Kunst inspiriert gewesen sei. „Organisch“ hat sich auf Naturmaterialien bezogen. Besonders auf Holz, das im großen Unterschied zum Stahlrohr stand, was auch ausschlaggebend für eine neue Möbelproduktion war. Der Traum der Moderne von serienproduzierbaren, zeitgemäßen Qualitätsmöbeln konnte mit neuen Werkstoffen und neuer Technologie zum ersten Mal realisiert werden.⁶⁴

Der *Swan* Sessel, als Produkt dieses neuen Designs, steht aus heutiger Betrachtung folglich auf der narrativen Filmebene historisierend für die neuentwickelte und zeitgenössische Möbelherstellung der 1950er und 1960er Jahre. Der Anspruch auf Funktionalität und das Bemühen um Vereinfachung sind ein Charakteristikum des Designs dieser Zeit.⁶⁵ Es lässt sich nicht ausschließen, dass vielleicht auch dies ein Grund dafür ist, warum Billy Wilder ein Sitzmöbel in seinem Film präsentiert, das in derselben historisch gesehenen Zeit hergestellt wird, in der sich auch die diegetische Erzählung vollzieht. Bis zu Steven Spielbergs *Schindlers Liste* war *The Apartment* der letzte Schwarzweißfilm, der mit einem Oscar ausgezeichnet wurde.⁶⁶

2.1.3. La Chaise Sitzbank & Louis Ghost Stuhl: zukunftsbestimmend

Die Sitzbank *La Chaise* von Charles und Ray Eames sowie der *Louis Ghost* Stuhl von Philipp Starck bestimmen einen Zukunftstrend im Film *Click*. Der Hauptprotagonist mit dem Namen

Michael Newman ist ein erfolgreicher Architekt, dem der Alltagsstress zu Kopf gestoßen ist. Er spult sich aufgrund nicht ausreichender Zeit mit einer Fernbedienung, die wie eine Zeitmaschine

La Chaise Sitzbank

Herstellungsjahr:
1948

Designer:
Charles Eames (1907-1978)
Ray Eames (1912-1988)

Zu sehen in:
Click (2006)

Regie:
Frank Coraci

- La Chaise wurde für einen Möbelwettbewerb des New Yorker *Museum of Modern Art* entworfen und machte einen geteilten zweiten Platz in der Kategorie Sitzmöbel.⁶⁷
- Die Sitzbank bietet dem Körper in verschiedenen Sitzpositionen halt⁶⁸
- 1991 ergreift der Hersteller Vitra die Initiative La Chaise in Serienproduktion aufzunehmen



Abb. 6 La Chaise Sitzbank

⁶⁴ Vgl., Hanne Horsfeld: Innovation- Integration- Provokation Verner Pantons Sitzmöbel, in: *Verner Panton: Das Gesamtwerk*, hg. v. Alexander Vegesack / Vitra Museum, Weil am Rhein 2000, S. 20-73, hier: S. 22.

⁶⁵ Vgl., Ebd.

⁶⁶ Vgl., Ronald Bergan / Borchard Kirsten: *Kompakt & visuell*. München. 2007, S. 54.

⁶⁷ Marco Siebertz: Die Spannplatte, in: *Modern furniture: 150 years of design*, hg. v. Volker Albus, Ullmann 2009, S. 494-535, hier: S. 516.

⁶⁸ Vitra Design Museum: *Die Möbel von Charles & Ray Eames*, Weil am Rhein. 2007. S. 136.

funktioniert, immer wieder weiter in die Zukunft vor. Er verliert dabei die Kontrolle über sein Leben. In seinen Zukunftsvisionen erscheinen beide Sitzmöbel.

Das erste zu untersuchende Designermöbelobjekt ist die Sitzbank *La Chaise*. Sie hat ein in der Rückenlehne integriertes Loch und wirkt so transparent. Die Rückenlehne ist jedoch untrennbar mit dem Sitzbereich verbunden. Das Modell ist eine weiß lackierte Fiberglasschale mit fünf verchromten Metallstäben und einem Fußkreuzholzsockel aus Eichenholz. Die Sitzflächenform zählt zu den Designklassikern des 20sten Jahrhunderts. Sie zeichnet die besondere Designphilosophie ihrer Erschaffer aus. Charles und Ray Eames bevorzugten eine genaue Auseinandersetzung mit einem Material. Sie befürworteten die Sorgfalt gegenüber dem Detail und lehnten Willkürliches und Zufälliges ab. Die meisten ihrer Möbel hätten auch nach Jahrzehnten nichts von ihrer Überzeugungskraft, Frische und Qualität eingebüßt. Sie seien zeitgenössische Möbel aus einer anderen Zeit und werden deshalb als Klassiker bezeichnet.⁶⁹ Das Besondere an den Möbeln von Charles und Ray Eames ist dementsprechend ihre andauernde Geltungsdauer. Das beweist auch *La Chaise*. Die Sitzbank gilt als Designklassiker aufgrund ihrer besonderen Designhaftigkeit und nicht aus dem historisch gesehenen Kontext heraus. In *Click* wird sie als Büroausstattungsrequisit verwendet.

In der zu analysierenden Filmszene besucht Michael Newman seinen Sohn Benjamin auf Arbeit. Er erkennt in dieser Zukunftsvision, dass sein kleiner Sohn nun erwachsen geworden ist und überdies hinaus auch sein Architekturbüro übernommen hat.⁷⁰

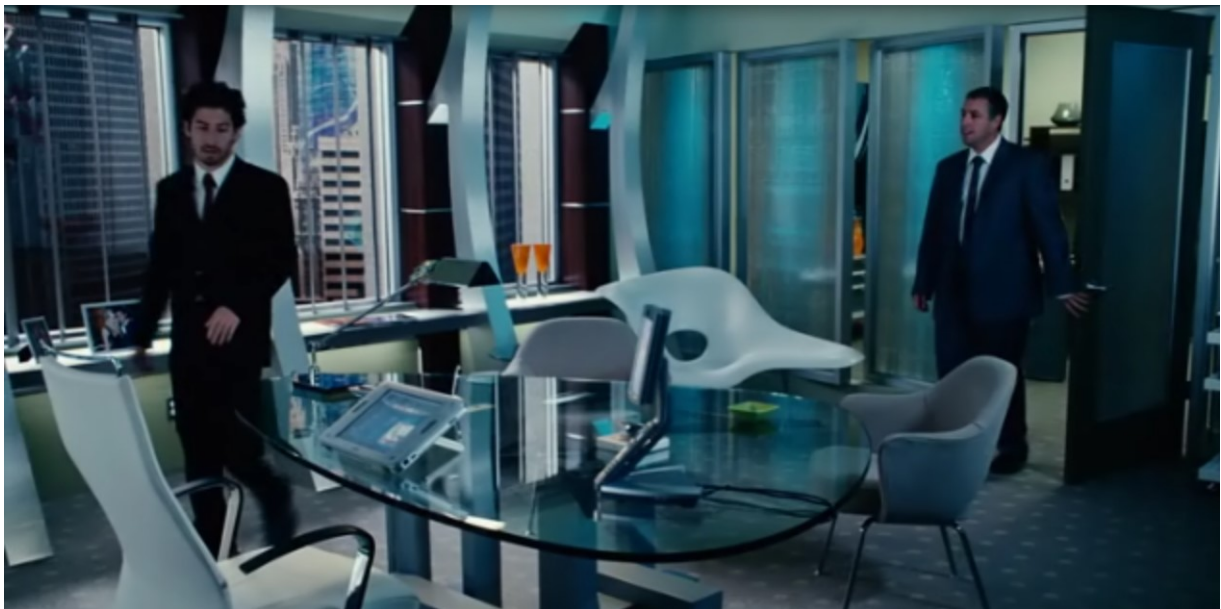


Abb. 7 Die Sitzbank *La Chaise* als Zukunftsmöbelausstattung, *Click*

⁶⁹ Vgl., Ebd., S. 25.

⁷⁰ Vgl., *Click* (Klick, Frank Coraci 2006, DVD, Columbia Pictures/ Sony 2006/2007), 01:13:53-01:16:22, hier: 01:13:57).

Die Innenausstattung des Büros ist in grau-weiß Tönen gehalten und wirkt aufgrund der Glastüren und des Schreibtisches transparent und futuristisch. Die Möbelausstattung weist runde Formen auf. Eine klare Struktur in der Gestaltung des Raumes ist erkennbar. Die Sitzbank *La Chaise* sticht besonders hervor. Sie ist frontal zur Kamera gedreht, sodass der Rezipient sie, im Gegensatz zu den anderen im Büro stehenden Möbeln, eindeutig erkennen kann. Auffallend ist, dass ihre Position eher auf der Höhe des Protagonisten positioniert ist. Es scheint einen Zusammenhang zwischen dem Protagonisten und der Sitzbank zu geben. Das präsentierte Zukunftsdesign hängt mit den Zukunftsvisionen des Protagonisten zusammen. Für die Relevanz der diegetischen Ebene ist festzuhalten, dass Michael in dieser Szene seinem Sohn den Vorschlag macht, mit Samantha, Benjamins Schwester, und den Großeltern ein Eis essen zu gehen. Benjamin informiert seinen Vater jedoch darüber, dass der Großvater bereits vor einiger Zeit verstorben ist.⁷¹ Der Rezipient erkennt mit dem weiteren Bildwechsel, in welcher Zeit sich die Zukunftsvision innerhalb der diegetischen Erzählung handelt. Der Protagonist steht vor dem Grab des verstorbenen Vaters. Zu erkennen ist das auf dem Grabstein festgehaltene Todesjahr 2021. Diese Angabe wirkt reflektierend. Denn selbst für die Realität ist das Jahr 2021 weit in der Zukunft. Der Film kam 2006 in die Kinos. Dementsprechend wird mit der im Film platzierten *La Chaise* Sitzbank ein Raumausstattungstrend für das Jahr 2021 bestimmt.

Als ein weiteres Filmstuhlbeispiel ist an dieser Stelle der *Louis Ghost* Stuhl genannt. Er wird in diesem Film auf dieselbe narrative Weise präsentiert.

Das Stuhlmodell wurde 2002 von Philippe Starck, der mit der Inneneinrichtung des Café Costes 1984 in Paris Weltberühmt geworden ist⁷³,

Louis Ghost Chair-Stuhl

Herstellungsjahr:
2002

Designer:
Philippe Starck (1949-*)

Zu sehen in:
Click (2006)

Regie:
Frank Coraci

- Der weltweit erste völlig transparente Polycarbonatstuhl war *La Marie*, ein von Starck 1997 entworfenes Stuhlmodell
- Der Louis Ghost Stuhl ist eine kompliziertere Weiterführung dieser Polycarbonatherstellung
- Der Stil des Stuhls geht auf eine französische Louis-seize-Form zurück⁷²



Abb. 8 Louis Ghost Stuhl

entworfen und vom Hersteller Kartell produziert. Der Stuhl weist eine uminterpretierte, „geisterhafte“ (engl. ghost = Geist) Polycarbonatform auf, die sich auf eine klassizistische Form

⁷¹ Vgl., Ebd., hier: 01:15:27.

⁷² Vgl., Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 307.

⁷³ Vgl., Catharina Berents: *Kleine Geschichte des Design. Von Gottfried Semper bis Philippe Starck*, München. 2011, S. 176.

des 18. Jahrhunderts bezieht und nun als eine Neuauflage dieser sowohl klassischen als auch historischen Form verstanden wird.⁷⁴ Es lassen sich bis zu sechs Stühle aufeinander stapeln. Das ist aus Platzgründen besonders praktisch. Der Stuhl gilt als sehr vielseitig, da er sowohl im Innenraum, als auch im Freien verwendet werden kann. Aufgrund des verwendeten Materials, dem Polycarbonat, ist der Stuhl haltbar und kratzfest. Dieser bestimmte Kunststoff zeichnet sich insbesondere für seine Kratzfestigkeit aus. Polycarbonat (PC) werde zumeist unter Verwendung des hochgiftigen Phosgens (ein Chlorgas-Abkömmling) hergestellt, das zwar keine chemischen Zusätze, jedoch Lösungsmittel wie das Krebs erzeugende Methylenchlorid benötige. Seit 1994 werde in einem neuen Herstellungsverfahren auf den Einsatz von Chlor, Phosgen und bestimmten chlorierten Kohlenwasserstoffen verzichtet, wie die Umweltorganisation Greenpeace auf ihrer offiziellen Webseite verkündet.⁷⁵ Eine neue Technologie zur chlorfreien PC-Synthese sei unlängst entwickelt. Die Herstellung dieses Kunststoffs ist somit bekräftigt. Es heißt: „Dieses Verfahren verzichtet auf die Verwendung von Chlor, Phosgen und Anderen, damit wird sich die Umweltverträglichkeit von Polycarbonaten in Zukunft erheblich verbessern.“⁷⁶ Das bedeutet, dass die gewählte Verwendung dieses Louis Ghost Stuhls im Film, aus diesem Kontext heraus, stellvertretend auch für das zukunftsorientierte Kunststoffmaterial Polycarbonat steht. Das Material, aus dem der Stuhl besteht und das neu interpretierte Stuhl design an sich, werden vermutlich in diesem zweiten gewählten Filmausschnitt absichtlich als vorausblickend und historisierend zu gleich eingesetzt. Besonders gut zur Geltung kommt der geisterhaft transparent wirkende Stuhl in der hier zu interpretierenden Filmszene, in der Benjamin heiratet. Die Hochzeitsinszenierung findet auch innerhalb Michaels Zukunftsvision statt.⁷⁷

⁷⁴ Vgl., Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 307.

⁷⁵ Vgl., <http://www.greenpeace.org/austria/de/marktcheck/themen/bewusst-einkaufen/konsum/chemikalien-kunststoffe/kunststoffe/>

⁷⁶ Ebd.

⁷⁷ Vgl., *Click* (Klick, Frank Coraci 2006, DVD, Columbia Pictures/ Sony 2006/2007), 01:13:22-01:16:22), hier: 01:21:05.



Abb. 9 Louis Ghost Chair als Zukunftsdesign, Click

Der Zuschauer betrachtet das Hochzeitsgeschehen von Außen. Die Kamera ist so positioniert, dass die Hochzeitsgäste dieser mit dem Rücken zugewandt sind. Benjamin und seine Ehefrau sitzen alleine an einem runden Tisch. Ein kleiner und zudem einziger Lichtstrahl kommt unter ihrem Tisch zum Vorschein. Dadurch werden beide *Louis Ghost* Stühle, auf denen Benjamin und die Braut sitzen, deutlich hervorgehoben. Besonders transparent wirkt der Stuhl der Braut. Das Licht bestrahlt das weiße Brautkleid so zentriert, dass auch der Stuhl glänzend hervorsticht.

Beide Sitzmöbelbeispiele stehen für eine besondere Designhaftigkeit, die sich in ihrer plastisch transparenten Form auszeichnet. Sie werden in diesem Film verwendet, um auf die Zukunft zu verweisen. Das Einsetzen beider Designklassiker blendet die geschichtliche Achse zwischen Vergangenheit und Zukunft aus.

Die Verwendung solcher designversehener Sitzmöbelobjekte im Film steht einerseits im Einsatz für den Mut, Designklassiker einer anderen Zeit überhaupt zu verwenden und andererseits aber auch für ihre Vorwärtsorientierung. Das bedeutet, dass der Raum und die Zeit der Gegenwart miteinander verknüpft werden und dies eine intensivere Wahrnehmung fördert. Da Kinoproduktionen auch einen Einfluss auf die Möbelindustrie haben und damit die Sitzkultur gleichermaßen prägen, kann ein im Spielfilm verwendeter Stuhl, der bereits im Jahre 1948 oder eben auch im Jahr 2002 hergestellt wurde, für das Zukunftsjahr 2021 noch immer als Designklassiker gelten. Das spricht für eine zeitlose Beständigkeit des Designs in Punkto Material und Funktionalität.

2.2. Hervorhebung der Figur

„Wir produzieren die Welt in Symbolen.“⁷⁸

Elize Bisanz

Für die Gestaltung eines Films spielen Farb- und Bildkompositionen, Musik und Bildmontage, Mimik und Gestik, sowie Monolog und Dialog eine relevante Rolle. Dasselbe Gewicht für die Relevanz einer Filmgestaltung kann der Innenausstattung eines Filmes zugesprochen werden. Sie gestaltet den Zugriff zur Realitätsabbildung. Da Filmfiguren sich nämlich innerhalb der Handlung in einem Figurenkonstrukt zueinander verhalten, kann die Innenausstattung den Status einer Filmfigur bestärken und diesen innerhalb des diegetischen Gesellschaftsranges hervorheben. Das Aufzeigen dieser Hervorhebung der zueinanderstehenden Charaktere im Film, steht im Mittelpunkt dieses Unterkapitels.

Designerexemplare sind besonders oft in Filmkulissen vertreten und werden für die Darstellung von Protagonisten als statusfüllende Accessoires eingesetzt, die den Gesellschaftsrang innerhalb der diegetischen Erzählung definieren. Für das Verständnis bildnerischer Strukturen bedeutet das aus kulturwissenschaftlicher Perspektive, dass das gezeigte Bild seinem Wesen nach ein Symbol ist und kein Duplikat dessen, was es darstellt.⁷⁹ Dabei versteht sich das Symbol als ein „Sinnbild“, das den Sinn eines gezeigten Objekts widerspiegelt: „Es ist all das, was stellvertretend für einen Inhalt steht, der es nicht ist, sondern den es repräsentiert.“⁸⁰ Somit zeigt das repräsentierte Filmbild ein Abbild eines als Innenausstattungsobjekt verwendeten Designersitzmöbelstücks. Das Sitzmöbel definiert einen gesellschaftlichen Rang. Für den Film bedeutet dies, dass auf diesem Wege den Protagonisten bestimmte Positionen zugeschrieben werden. Wie wird das Figurenkonstrukt filmisch vermittelt? Inwiefern kann ein Sitzmöbel auf narrativer Ebene zum Statussymbol gemacht werden? Es stellt sich auch die Frage, ob ein Designersitzmöbel bereits durch seine Verwendung oder allein durch seine Präsenz ein Statussymbol aufweist? Ein Statussymbol versteht sich aus diesem Kontext heraus, als ein Sinnbild einer Stellung innerhalb einer Gruppe in der Gesellschaft. Es handelt sich folglich in diesem Unterkapitel darum, aufzuzeigen, inwiefern sich die Filmfiguren voneinander abheben und wie die Hervorhebung filmgestalterisch präsentiert wird.

⁷⁸ Bisanz: Die Überwindung des Ikonischen, S. 59.

⁷⁹ Vgl. Ebd., S. 73.

⁸⁰ Ebd., S. 35.

„Fiktionale filmische Figuren – und ebenso reale gefilmte Personen – sind jedoch zunächst einmal nur von aussen zugänglich, sind sichtbare Oberflächen, ein Augenschein.“⁸¹

Diesem „Augenschein“ gilt es eine genauere Untersuchung zu unterziehen. Die Häufigkeit eines abgebildeten Objekts dokumentiert dabei jedoch nicht unbedingt die Bedeutungsrelevanz für die Erzählung. Denn wenn beispielsweise ein Betriebsleiter innerhalb der Handlung nur einmal sitzend auf einem Designersessel auftritt, dann lässt sich auch anhand dieser Ausstattung ein Statussymbol erkennen. Der Betriebsleiter wird als vermögender Mann in Ausübung seines Berufes dargestellt.⁸² Das Statussymbol bezieht sich auf die Filmfigur und charakterisiert diese. Das Möbelstück wird entsprechend auf dieselbe Stufe mit anderen Statussymbolen gestellt, wie etwa mit hochwertigem Diamantenschmuck oder teurer Designerkleidung, welche Reichtum und ein modisches Bewusstsein markieren.⁸³ Oder um es auch mit den Worten des Philosophieprofessors Karl Heydenreich, wie Wolfgang Ullrich zitiert, zu sagen:

„Man besetzt Schränke und Zimmer mit ihnen, entweder um zu zeigen, daß man reich ist, oder um das zu besitzen zu scheinen, wovon man oft nicht einmal weiß, was es eigentlich ist: Geschmack.“⁸⁴

2.2.1. 670 Lounge Chair Sessel: Figurenkonstellationsdarstellung

Erneut wird in dieser Arbeit ein Designersitzmöbel des Designerehepaares Eames zur Untersuchung gestellt. Das Sitzmöbel erscheint ebenfalls im Film *Click*. Es ist der *Lounge Chair* Sessel 670. Hergestellt wurde er im Jahre 1956. Der Ausgangspunkt für die Anfertigung des *Lounge Chair* Sessels war die Idee neue, große und luxuriöse Sitzmöglichkeiten zu entwerfen. Charles Eames beschrieb ihren Leitgedanken folgenderweise: „Wir wollten dem Lounge Chair das warme, bequeme Aussehen eines viel benutzten Baseball-Handschuhs geben.“⁸⁵ Der Sessel weist eine drehbare Sesselkonstruktion auf, die aus drei verschiedenen geformten Schichtholzschalen besteht, zwei Rücken,- und einer Sitzfläche. Sie enthalten Lederpolsterungen. Der Sessel vereinigt auf diese Weise die Naturmaterialien Holz und Leder. Des Weiteren hat der Sessel zwei gepolsterte Armlehnen, die ebenfalls aus Leder bestehen.

⁸¹ Christine N. Brinckmann: Die Rolle der Empathie oder Furcht und Schrecken im Dokumentarfilm, in: Matthias Brütsch / Vinzenz Hediger / Ursula von Keitz / Alexandra Schneider / Margrit Tröhler (Hg.): *Kinogefühle, Emotionalität und Film*, Marburg 2005, S. 333-360, hier: S. 343.

⁸² Ullrich: Mit dem Rücken zur Kunst, S. 14.

⁸³ Vgl. Ebd., S.

⁸⁴ Ebd., S. 12.

⁸⁵ Dachs / de Muya / Hintze (Hg.): Objekt- und Möbeldesign Charles und Ray Eames, S. 100.

Die zweiteilige Rückenlehne besitzt zwei senkrecht angeordnete Aluminium Bügel, die die Kopflehne mit der Rückenlehne vereinen. Der Sessel ist an einem Aluminiumfünfsternfuß befestigt. Damit kann ein hoher Sitzkomfort gewährleistet werden.⁹⁰

Lounge Chair 670

Herstellungsjahr:

1956

DesignerIn:

Charles Eames (1907-1978)

Ray Eames (1912-1988)

Zu sehen in:

Click (2006)

Regie:

Frank Coraci



Abb. 10 670 Lounge Chair

- Ihre Designphilosophie stand für die Sorgfalt zum Detail und lehnte zufällig oder willkürlich entstandenes Design ab.⁸⁶
- Mit Charles Eames, so habe die Washington Post geschrieben, habe das 20ste Jahrhundert das Sitzen neu gelernt. Ihre Möbel hätten eine wahre Revolution ausgelöst.⁸⁷
- Das Ehepaar arbeitete für die amerikanische Großindustrie, vermittelte in seinen Entwürfen jedoch einen eigenen persönlichen Designeinfluss.⁸⁸
- Das Modell gewann 1957 bei der Mailänder Triennale den ersten Platz⁸⁹

Das Designerpaar entwarf seine Ideen nach dem Gestaltungsprinzip *Form folgt Funktion* (form follows function). In diesem Gestaltungsmotto werden zwei Interpretationsarten betrachtet. Das eine ist die Beschreibung der Form der Schönheit, durch diese lässt sich ein Gestaltungsobjekt auf die Funktion zurückführen. Der andere Aspekt ist die Funktion der Schönheit, bei dem die Form eines Gestaltungsobjektes aus einer Funktion folgt und sich dementsprechend aus einem Verwendungszweck heraus ableitet.⁹¹ Dieses Gestaltungskonzept wurde Anfang des 20. Jahrhunderts von modernen Architekten geprägt und anschließend von Designern übernommen.⁹²

Mit dem Ausgangspunkt einen Stuhl aussehen zu lassen wie einen Baseball-Handschuh, setzt das Designerehepaar beim Lounge Chair zunächst auf die Bestimmung des Sesseldesigns und ordnet dieses erst danach der Funktion unter. Der Sessel spiegelt den Handschuh wider und im selben Zuge kann darauf Platz genommen werden. Der Lounge Chair sei nicht nur leichter, eleganter und moderner als die klobigen Clubsessel, sondern auch bequemer.⁹³ Dieser Designentwurf geht im Wesentlichen aus einem Bedürfniskennntnisinteresse hervor. Bedürfnisse erkennen zu können sei nach Charles Eames die Hauptvoraussetzung für die praktische Arbeit des Designers.⁹⁴ Ray Eames erklärt: „Was die Leute schön finden, ändert

⁸⁶ Vgl. Sndra Dachs / Patricia de Muya / Laura Garcia Hintze (Hg.): Objekt- und Möbeldesign Charles und Ray Eames. Köln 2007, S. 10f.

⁸⁷ Vgl. Donald Albrecht: Einführung, in: Ernst&Sohn / Vitra Museum / Library of Congress (Hg.): *Die Welt von Charles und Ray Eames*, Berlin 1997, S. 13-18, hier: S. 15.

⁸⁸ Vgl. Ebd., S. 17.

⁸⁹ Vgl. Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 231.

⁹⁰ Vgl. Vitra Design Museum: *Die Möbel von Charles & Ray Eames*, S. 54.

⁹¹ Vgl., John C. Butler / Kritina Holden / Larry W. Lidwell: *Design, Die 100 Prinzipien für erfolgreiche Gestaltung*, München. 2004, S. 90.

⁹² Vgl. Ebd.

⁹³ Vgl. Vitra Design Museum: *Die Möbel von Charles & Ray Eames*, S. 54.

⁹⁴ Vgl. Donald Albrecht: Design ist etwas, was man tut, in: Ernst&Sohn / Vitra Museum / Library of Congress (Hg.): *Die Welt von Charles und Ray Eames*, Berlin 1997, S. 19-44, hier: S. 21.

sich, aber was einmal gut funktioniert, funktioniert immer gut.“⁹⁵ Das Besondere an diesem Sessel ist die hohe Vielfalt der Verwendungsmöglichkeiten. Der Sessel sieht im Chefbüro, im heimischen Studierzimmer und im gemütlichen Familiennest stets gleich passend aus.⁹⁶ Vielfältig einsetzbare Möbelobjekte bieten sich für die Darstellung eines Films besonders gut an. „Schon früh und nicht zuletzt aufgrund ihrer engen Kontakte zu Printmedien und zur Filmindustrie in Hollywood erkannten die Eames die Bedeutung von Bildern.“⁹⁷ Ihre Sitzmöbel sind in vielen Filmen vertreten. Dem Lounge Chair wird in diesem Filmbeispiel eine besondere Aufgabe zugeteilt. Bereits der im Vorspann angegebene Produktionshinweis „A HAPPY MADISON/ ORIGINAL FILM production“, ist mit dem Lounge Chair zusammen in der Mitte des Bildes zentral positioniert.⁹⁸



Abb. 11 Lounge-Chair Hervorhebung des Hauptprotagonisten, Click

Auf diese Weise wird dem Sitzmöbelobjekt eine bedeutende Funktion zugesprochen. Der Lounge Chair leitet den Film ein, womit ihm eine eindeutige Bedeutung für die Handlung bereits zu Beginn des Filmes zugesprochen wird. In einem weiteren Szenenbild wird mit dem erneuten Einsetzen des Lounge Chairs das zueinanderstehende Verhältnis der Filmfiguren bestärkt. Selbst die Tatsache, dass der Lounge Chair als Filmrequisit zur Hervorhebung des Hauptprotagonisten verwendet wird, bestärkt die Bedeutung des Möbelobjekts. Denn im Besitz des Eames Lounge Chairs zu sein, bedeute, eine Person mit sehr anspruchsvollem Geschmack zu sein.⁹⁹ Der Figur kann auf diese Weise eine Charaktereigenschaft zugesetzt werden.

⁹⁵ Ebd.

⁹⁶ Vgl. Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 231.

⁹⁷ Vitra Design Museum: *Die Möbel von Charles & Ray Eames*, S. 22.

⁹⁸ *Click* (Klick, Regie Jahr, DVD Video, Hersteller Jahr, 00:00:36-00:01:12, hier: 00:01:00).

⁹⁹ Vgl. Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 231.

Während Michael, der berufstätige Vater, als erfolgreicher Architekt, für die Familie finanziell sorgt, ist seine Frau, Donna, für die Kindererziehung zuständig. Besonders gut zur Geltung kommt die Familienrangstufung in dieser zu untersuchenden Filmszene.¹⁰⁰



Abb. 12 Lounge-Chair vs. Familiensofa, Click

Woran lässt sich festhalten, dass in diesem Bildausschnitt eine gewisse narrative Ungleichmäßigkeit zwischen den Protagonisten besteht? Michael und Donna sitzen im Wohnzimmer vor dem Fernseher. Die Sitzplatzierung der Filmfiguren gibt zu erkennen, dass Michael höher gestuft ist als Donna. Donna sitzt auf der großen Couch mit dem Familienhund, während Michael es sich auf seinem *Lounge Chair* gemütlich macht. Das Sitzverhalten in diesem Filmausschnitt steht für eine nicht vorhandene Gleichrangigkeit des Ehepaares. Wichtig für die Analyse ist in diesem Kontext die Tatsache, dass Michael klar erkennbar größer und zentrierter hervorscheint. Auf seiner Kopfhöhe befinden sich eingeschaltete Tischlampen, die ihn beleuchten. Daher wird Michael optisch besonders gut hervorgehoben. Sein T-Shirt und die rechts hinter ihm vorhandene Leuchte sind blau. Donnas blaue Jeans hingegen wirkt durch den flachen Lichteinfall eher dunkelgrau. Sie wirkt sehr nachdenklich, strahlt jedoch ein hohes Maß an Wärme aus, was mit ihrem gelben T-Shirt und der braunen Couch, auf der sie sitzt, zusammenhängt. Michael hingegen ist in dieser Filmszene sehr unnahbar und wirkt auf den Zuschauer kalt. Dieser ungleiche Eindruck, der dem Zuschauer vermittelt wird, kann mit einer eingesetzten Farbpsychologie zusammenhängen. Farben haben einen Einfluss auf das Wahrnehmen von Dingen. Sie heben in uns bestimmte Wirkungen hervor. Dabei sind Farbtöne

¹⁰⁰ Vgl., Click (Klick, Regie Jahr, DVD Video, Hersteller Jahr, 00:11:17-00:12:36, hier: 00:11:34).

von Gelb bis Rotviolett warme Farben, Farbtöne von Violett bis Grüngelb kühle Farben.¹⁰¹ Wolfgang Ullrich verweist in diesem Kontext auf das Wahrnehmungsempfinden bei der Verwendung der Farbe Blau, er erklärt:

„Untersuchungen der Farbpsychologie weisen darauf hin, daß bei Blau bevorzugt Ferne und Kühle empfunden wird, häufig auch Weite und Männlichkeit. Blau wirkt somit distanzierend und abweisend, und indem es einen Raum größer und leerer erscheinen läßt, drückt es ebenfalls Macht aus.“¹⁰²

Auch Rudolf Arnheim beschäftigt sich in diesem Zusammenhang mit der Wirkung eines Raumes und er bemerkt, dass die Symmetrie an einem aufgerichteten Objekt leichter wahrzunehmen sei als an einem liegenden. Die vertikale Form steht dagegen im Einklang mit der beherrschenden Raumachse. Das Leben in einer solchen horizontal orientierten Umgebung, konkretisiert Arnheim, fördere also die zwischenmenschliche Auseinandersetzung, die freie Beweglichkeit und Ungezwungenheit, während die vertikal ausgerichtete Umgebung eher Hierarchie und Abkapselung, Ehrgeiz und Konkurrenzdenken begünstige.¹⁰³

Michaels aufrechte Sitzhaltung in seinem Sessel und die vertikal bei ihm sehr nah platzierten Tischlampen stärken demnach seine hervorstechende Positionierung innerhalb der Figurenkonstellation. Michael sticht so auffälliger hervor.

Dieses Empfinden wird von dem eingebogenen Lichteinfall, der von der rechts im Bild stehenden blauen Lampe hervorgeht, bestärkt. Arnheim fügt seinen Erläuterungen nämlich bei, dass die Welt im Inneren eines Gebäudes sich besser als die Außenwelt in eine Beziehung zur Größe und Macht des Menschen bringen lasse und sich daher eher von ihm beherrschen lassen könne. Konvexe Formen würden den Figurencharakter stärken und einen Hohlraum des Zimmers zum dominierenden Körper ausmachen.¹⁰⁴

Folglich ist es von großer Relevanz, darauf zu achten, in welchem Verhältnis die Innenausstattung eines Raumes zum veranschaulichtem Gesamtbild steht, um damit eine Filmfigur hervorheben beziehungsweise auch ausblenden zu können.

Der *Lounge Chair* kann stellvertretend für Michaels Position innerhalb seiner Familie aufgefasst werden. Er verleiht ihm einen höheren Gesellschaftsstatus. Michael steht über seiner Frau und ragt deshalb optisch hervor.

¹⁰¹ John C. Butler / Kritina Holden / Larry W. Lidwell: Design, Die 100 Prinzipien für erfolgreiche Gestaltung, München. 2004, S. 39.

¹⁰² Ullrich: Mit dem Rücken zur Kunst, S. 49.

¹⁰³ Vgl. Ebd., S. 47.

¹⁰⁴ Vgl. Ebd., S. 100f.

2.2.2. LC2 & Egg Stuhl: statussymbolisch

Es werden hier im Folgenden zwei Designerstühle dargelegt, die den Status der Filmfiguren voneinander abheben und dadurch statussymbolisch wirken. Das erste Beispiel ist der LC2 Grand Comfort Armsessel. Der verchromte Stahlrohrrahmen des Sessels spiegelt Charles Le Corbusiers Designideen wider, die von geometrischen Formen aus der Architektur geprägt sind. „Die Möbel, die aus

Le Corbusiers Atelier hervorgingen, sind heute mehr denn je im Privatwohnungen und Vorstandsetagen beliebt und verbreitet.“¹⁰⁶ Le Corbusier war schweizer-französischer Architekt und Möbeldesigner, der

Grand Comfort LC2 Sessel

Herstellungsjahr:
1928

Designer:
Charles Le Corbusier (1887-1965)

Zu sehen in:
Click (2006)

Regie:
Frank Coraci

- LC2 wurde 1928 entworfen und in Paris als Wohnungsausstellungsobjekt ausgestellt.
- Der Armsessel besteht aus einem verchromten Stahlrohrrahmen, das mit losen Kissen aus Webstoff oder Leder ausgestattet ist.
- „Er erinnert an die kastenförmigen Herrenclubsessel der 1920er Jahre.“¹⁰⁵



Abb. 13 LC2 Sessel

in seinen Entwürfen Erfahrungen und Bedürfnissen des modernen Menschen individuell einbrachte.¹⁰⁷

Das Thema Architektur wird auch im Film *Click* behandelt. Der LC2 Grand Comfort Sessel erscheint im Empfangsraum des Architekturbüros, für das Michael Newman arbeitet. Aufgrund der Materialkombination aus Stahl, Aluminium und Leder beinhaltet das Möbeldesign einen luxuriösen und glamourösen internationalen Stil.¹⁰⁸ Die stilgerechte Einsetzung dieses Möbeldesigns spielt für diese Filmszene eine wichtige Rolle. Sie repräsentiert das Design dieses Sessels. Der Rezipient kann so beeinflusst werden. Er kann die Büroustattung, die das zueinander stehende Verhältnis der Filmfiguren hervorhebt und bestärkt, als Besitz des Architekturhabers wahrnehmen. Besonders auffallend wirken drei über den Stühlen vorhandene Portraits vom Architekturbürobesitzer, John Ammer. Jeder Kunde, der auf dem LC2 Sessel Platz nehmen würde, befände sich im übertragenen Sinne unter dem Firmeninhaber und ist in dieser Figurendarstellung in einer untergeordneten Rangstufung.

¹⁰⁵ Vgl., Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 167.

¹⁰⁶ George H. Marcus (Hg.): *Le Corbusier Im Inneren der Wohnmaschine*, München, 2000. S. 1.

¹⁰⁷ Vgl., Ebd.

¹⁰⁸ Vgl., Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 167.



Abb. 14 Der LC2 Sessel repräsentiert das Design des Architekturbüros, Click

Der Sessel bestärkt diese Wirkung und ist so als statussymbolisches Objekt dargelegt. Das Stuhl-Design ist farblich und konstruktionsmäßig mit der Wand abgestimmt, sodass der Stuhl im Einklang mit der gesamten Innenraumausstattung steht, die selbst im Bürobereich Ammers hervorsticht.¹⁰⁹



Abb. 15 Der LC2 Sessel im zweiten Architekturbüro, Click

¹⁰⁹ Click (Klick, Regie Jahr, DVD Video, Hersteller Jahr, 00:06:20-00:07:14, hier: 00:06:22).

Der zweite Stuhl ist im Film *Men in Black* wiederzuerkennen. Es ist der *Egg-Chair* von Arne Jacobsen. An ihm wurde eine für die Zeit neue Technologie angewandt. Es galt Sitze aus einer Form zu entwerfen. Der Stuhl hat eine einfache mit Weichschaumstoffverkleidete Fiberglasschale, die nach der Gestalt des menschlichen Körpers geformt und gepolstert ist. Er steht auf einem schlichten Stahlfuß und besitzt einen durchdachten Drehmechanismus. Dadurch bietet der *Egg Chair* komfortable Bewegungsmöglichkeiten und gilt als Modell einer neuen Technologie.

Das Thema neuer Technologien wird auch im Film *Men in Black* dargelegt. Die *Men in Black* Polizeibehörde steht über dem Gesellschaftssystem. James Darrel Edwards III wird in dieser Filmszene eine neue Identität

Egg Chair:

Herstellungsjahr:

1958

Designer:

Arne Jacobsen (1902-1971)

Zu sehen in:

Men in Black (1997)

Regie:

Barry Sonnenfeld

- Er wurde zusammen mit dem Modell *Swan* für das SAS Royal Hotel in Kopenhagen entworfen.
- Er gehört zu den Möbelentwürfen [...], die heute legendär sind.
- Der Ei Stuhl [...] wurde ein beliebtes Kultsymbol.¹¹⁰



Abb. 16 Egg Chair

zugewiesen.¹¹¹ Der Betriebsleiter Agent Z erklärt, dass die Kleidung des neuen Mitarbeiters ab sofort vom MiB Special Service genehmigt werden muss, da er nämlich dem System nicht mehr angehöre, sondern über ihm stehe.¹¹²

Diese Möglichkeit, Identitäten verändern oder auch löschen zu können, spricht für einen technischen Fortschritt, der im Film thematisiert wird. In der zu untersuchenden Filmszene sitzen Agent J und Agent K (von links nach rechts) im Verwaltungsbüro der *MiB* ihrem Vorgesetzten Agent Z am Bürotisch gegenüber. Das Szenenbild zeigt die Agenten in einem Gespräch. Der Raum ist in Grautönen ausgestattet. Selbst die Sitzmöbel, auf denen die Agenten sitzen, sind grau. Es werden zwei unterschiedliche Designmodelle dargelegt. Zwei *Swan-Chair* Stühle, auf denen Agent J und Agent K jeweils sitzen und einen *Egg-Chair* Stuhl, auf dem Agent Z hinter seinem Bürotisch platzgenommen hat.

¹¹⁰ Vgl., Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 241.

¹¹¹ Vgl. *Men in Black* (Men in Black, Barry Sonnenfeld 1997, DVD Video, Sony Pictures Home Entertainment 2002, 00:35:39-00:37:01).

¹¹² Ebd., hier: 00:36:38.



Abb. 17 Figurenkonstellation anhand der Innenausstattung, *Men in Black*

Beide Stühle sind als Statussymbole der Figuren zu verzeichnen, die auf diese Weise in ein Figurenverhältnis zueinander gestellt werden. Agent Z, der auf dem *Egg-Chair* sitzt, wirkt ein wenig höher gestuft als seine Kollegen. Dabei wird dem Stuhl kein besserer oder angesehener Status zugewiesen. Im Gegenteil, beide Stühle stehen sich, so wie die Protagonisten auch, ebenbürtig gegenüber. Um jedoch eine kleine Abhebung in ihrer Stellung darlegen zu können, wird Agent Z als Betriebsleiter hervorgehoben. Beide Stühle, wurden 1958 von demselben Designer entworfen und weisen dasselbe Konstruktionsprinzip auf. „Hier handelt es sich um ein ausgesprochenes Industrieerzeugnis: Sitz und Rücken sind in einem Stück aus gepressten Furnierholz, die Beine aus Stahlrohr.“¹¹³ Die Stühle repräsentieren die Chefetage der *MiB*. Agent J ist aufgestuft worden, er arbeitet nicht mehr für die New Yorker Polizei, sondern im Dienste dieses amerikanischen Regierungsvereins, das Kontakt zu Bevölkerungen aufnimmt, die nicht von diesem Planeten stammen.¹¹⁴ Die Stühle wirken in diesem Film statussymbolisch. Sie stärken den Status des Chefetagenbüros und kennzeichnen damit folglich auch den Status der Figuren.

2.3. Akzentuierung des Stuhldesigns

In diesem Unterkapitel werden Stühle untersucht, die den Film mit ihrem eigenen Design hervorheben und das beinhaltete Thema dadurch bestärken. Akzentuierung des Stuhldesigns bedeutet, dass dies im künstlerischen Kontext aufzufassen ist. Die Stuhlklassiker verfügen über ein Charisma, das im Folgenden zur Untersuchung gestellt wird. Die Darstellung dieses Stuhldesigns weist einen hohen Wiedererkennungswert auf, da die Bezeichnung des

¹¹³ Poul Erik Skriver: Arne Jacobsen, in: Presse- und Kulturabteilung des Dänischen Aussenministeriums (Hg.): *Arne Jacobsen Ein dänischer Architekt*, Kopenhagen 1971/1972, S. 3-15, hier: S. 10.

¹¹⁴ Vgl., Ebd., hier: 00:28:13f.

Möbelobjektes bereits sich selbst definiert. Es geht darum dargestellte Designermöbelobjekte zu interpretieren, die eingesetzt werden, um den Film mit ihnen zu markieren. Das Einsetzen der Sitzmöbel kann den Film mitgestalten. Der Bedeutungszusammenhang zwischen Film und Möbelobjekten liegt hier in der Akzentuierung des Stuhl Designs im Film.

2.3.1. Eyeball Stuhl & Tulip Stuhl: ästhetisch

Designersitzmöbel können im Film verwendet werden, um eine bestimmte Bildästhetik zu vermitteln. Dabei steht ihre Präsenz für das Design dieser Möbel. Im selben Zuge kann das dabei bewusst gewählte Design dieser Sitzmöbel auch das Wahrnehmen einer modernen Gesellschaft bestimmen und die Designhaftigkeit jener Zeit bestärken. In diesem Zusammenhang werden Filmkulissen mit zeitgenössischem Design ausgestattet, mit dem ein bestimmter Bildtypus dargelegt werden kann.¹¹⁶ Im Film Men in Black werden zwei Designersitzmöbelklassiker verwendet, die den Status und das gegebene Thema des Films reflektieren. Der Eyeball Sessel wurde von Eero Aarnio 1960 entworfen. Aarnio galt als einer der führenden skandinavischen Designer, die

Eyeball Chair

Herstellungsjahr:

1960

Designer:

Eero Aarnio (1932-*)

Zu sehen in:

Men in Black (1997)

Regie:

Barry Sonnenfeld

- Der Sessel besteht aus einer Fiberglasschale, die von Innen Kaschmirpolsterungen aufweist
- Die Sitzschale steht auf einem trompetenförmigen Sockel und lässt sich 360 ° drehen¹¹⁵



Abb. 18 Eyeball Sessel

sich mit der Fiberglas- und Kunststofftechnologie in den 1960er Jahren auseinandersetzten und sie verwendeten.¹¹⁷ 1968 gewann Eero Aarnio den American Industrial Design Award.¹¹⁸ Der Eyeball Sessel bietet in seiner Verwendung einen kunstvollen Fokus für jede stilvolle Umgebung. Im Film Men in Black erinnert der Sessel an eine Weltraumkapsel, mit der das Thema des Films widerspiegelt ist. Es handelt sich um das Thema Weltall und Aliens, die auf den Planeten Erde kommen, um dort unentdeckt mit den Menschen zu leben. Der Eyeball Sessel reflektiert in dieser Verwendung das beinhaltetete Thema. Denn die Auffassung des Bildraums sei, wie der deutsche Architekturkritiker Heinrich de Fries definiert, in der Raumgestaltung des Films in der Gesamtauffassung fixiert. „Alles konkret Körperhafte ist fast überdeutlich kubisch herausmodelliert, die äußerst scharfe Schattengebung grenzt die

¹¹⁵ <http://www.infern.com/de/eero-aarnio-eyeball-chair>

¹¹⁶ Vgl. Bisanz: Die Überwindung des Ikonischen, S. 80.

¹¹⁷ Vgl., Miller: Der Stuhl: Stil-Design-Kult, S. 269.

¹¹⁸ Vgl., <http://www.infern.com/de/eero-aarnio-eyeball-chair>

verschiedenen Raumkörper wie Straße, Haus, Platz, Zimmer, Möbel, Treppe scharf gegeneinander ab.“¹¹⁹



Abb. 19 Eyeball Chair ist ästhetisch, Men in Black

Wird in diesem Kontext der zu untersuchende Filmausschnitt näher betrachtet, fällt auf, dass durch den gegebenen Lichteinfall links im Bild, runde auf dem Boden wahrzunehmende Schattengebungen zu erkennen sind. Sie stehen aufgrund ihrer Gestaltungsform assoziativ für die Darstellung von Planeten. Die *Eyeball* Sessel wirken wie „Weltraumkapseln“, die vom Weltraum auf der Erde gelandet sind. Der Planet Erde ist daran zu erkennen, dass eine Weltkarte über dem Sessel links im Bild hängt. Damit hebt der *Eyeball* mit seiner Verwendung die Handlung des Films hervor. „Ästhetische Bildsphären sind demnach auratische Räume der bildnerischen Entfaltung; Räume, in denen der Mensch mittels seiner kulturellen Tätigkeit seine eigenen Bilder wieder findet.“¹²⁰ In diesem Kontext werde Kultur und alles was sie beinhaltet sowohl als Bedingung, wie auch als ein Produkt unserer Symbolsysteme verstanden. Symbolsysteme werden als Mittel gesehen, erworbene Fertigkeiten, Informationen und Gewohnheiten gleichermaßen zu verinnerlichen und zu vermitteln.¹²¹ Der Eyeball Sessel beeinflusst mit seiner Designästhetik den Film und kann so als Imagesymbol des Sessels verstanden werden.

¹¹⁹ Heinrich de Fries: Raumgestaltung im Film, in: *Wasmuths Monatshefte für Baukunst und Städtebau*, 5/ 3/4, 1920/21, S. 63-82, hier: S. 69.

¹²⁰ Ebd., S. 91.

¹²¹ Vgl. Bisanz: Überwindung des Ikonischen, S. 49.

Ein weiteres Möbelstück wird in diesem Film gezeigt, dass im selben Maße ästhetisch wirkt. Es ist der Tulip armless Chair. Der Stuhlname Tulip spiegelt das Blütenblatt einer Tulpe wider.¹²⁴ Saarinen individualisierte den Stuhl durch diese assoziative Bezeichnung und steigerte damit den Wiedererkennungswert.¹²⁵ Das Grundprinzip des „Tulpenstuhls“ war es, einen Raum von den störenden traditionellen Stuhl- und Tischbeinen zu befreien und die Beziehung zwischen dem Tisch und dem Stuhl nicht nur zu vereinen, sondern auch zu harmonisieren.¹²⁶ „Mit der Pedestal-Gruppe hat Eero Saarinen erfolgreich „mit dem Wirrwarr aus Beinen“ aufgeräumt. Es war ihm allerdings nicht gelungen, den einbeinigen Stuhl aus einem einzigen Material

Tulip Armless Chair

Herrstellungsjahr:
1956

Designer:
Eero Saarinen (1910-1961)

Zu sehen in:
Men in Black (1997)

Regie:
Barry Sonnenfeld



Abb. 20 Tulip Chair

- Hauptcharakteristika seines Designs: organische Formen, neue, künstlich hergestellte Materialien¹²²
- Tulip Chair ist Teil einer Sitzmöbelserie, in der die Stühle einen trompetenartigen Standfuß aufweisen¹²³

herzustellen.“¹²⁷ Die Sitzschale besteht aus Fiberglas und der separate Standfuß ist aus Aluminium gegossen.¹²⁸ Auffällig ist in der gewählten Filmszene die verwendete Einsetzung des Tulip Stuhls. James Darrel Edwards III betritt das erste Mal die MiB Polizeibehörde. Er sieht, wie Aliens an einer Passkontrolle abgefertigt werden. Es werden Aliens gezeigt, die entweder mehrere Beine oder Arme haben oder auch sehr groß oder klein sind. Die Szene wirkt einerseits sehr hektisch und durcheinander. Andererseits wirkt der Film an dieser Stelle ausgewogen, obwohl sich hier viele Menschen in einem Raum befinden. Dieser Effekt wird mit der Raumausstattung geschaffen. Die Tulip Stühle vereinheitlichen die Filmdarstellung mit der Handlung. Ihr Design sticht besonders hervor.

¹²² Miller: Der Stuhl, S. 228.

¹²³ Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen (Hg.): *Sitz-Klassiker von A bis Z: Stuhl Nr. 14 (1859), Stuhl Hill House (1902), Stuhl Fledermaus (1907)...*, Essen 1966, S. 46.

¹²⁴ Ebd.

¹²⁵ Vgl., Hanne Horsfeld: Innovation- Integration- Provokation Verner Pantons Sitzmöbel, in: *Verner Panton: Das Gesamtwerk*, hg. v. Alexander Vegesack / Vitra Museum, Weil am Rhein 2000, S. 20-73, hier: S. 22.

¹²⁶ Vgl., Miller: Der Stuhl, S. 228.

¹²⁷ Martin Wellner: Arne Jacobsen Schwan & Ei, in: *Modern furniture: 150 years of design*, hg. v. Volker Albus, Ullmann 2009, S. 439-455, hier: S. 453.

¹²⁸ Vgl., Miller: Der Stuhl, S. 228.



Abb. 21 Tulip Chair im Einklang mit der Raumästhetik, Man in Black

Im gewissen Sinne gleichen sie das dargelegte Chaos aus und ästhetisieren auf diese Weise den Raum. Dadurch, dass der Tulip Stuhl einen trompetenartigen Stuhlfuß aufweist, neutralisiert er mit seinem Design das Wahrnehmen der in Bewegung gesetzten Menschen und Aliens und harmonisiert deswegen das Geschehen. Das Bild wird nicht mit Fußgestellen überladen. Der Akzent liegt auf dem Design des Tulip Stuhls, der diese Filmszene betont.

3. Kontextuelle Funktionen

*„Ein Filmtext kann nur verstanden
und analysiert werden, wenn man ihn
in strukturierten kontextuellen Beziehungen verortet“¹²⁹*

In diesem Kapitel werden Filmkontexte beinhaltet, die dem Rezipienten ermöglichen, den Filmtext aus seiner Struktur und Funktion heraus zu lesen. Denn die Zuschauer treiben mit der Rezeption von Filmtexten den Prozess der kulturellen und gesellschaftlichen Dynamik voran.¹³⁰ In diesem Kontext bezieht sich die folgende Analyse einerseits auf das Product Placement, das in allen hier analysierten Untersuchungen vorkommt und andererseits auf das Genre der Filme. Das Product Placement steuert die Einbindung der Texte in die soziokulturellen Praktiken. Diese verweisen darauf, wie der Zuschauer bestimmte Methoden und Perspektiven annimmt. Das Genre hingegen bezieht sich auf die Stellung und Betrachtungsweise des Textes.

3.1. Product Placement

Das Product Placement ist eine genaue Objektplatzierung von realen Requisiten in der Handlung eines Spielfilms. Um jedoch als Product Placement gelten zu können, muss es als solches in erster Linie wahrgenommen werden. Ein hoher Wiedererkennungswert des Objektes ist hierzu auf Seiten des Rezipienten erforderlich.¹³¹ Product Placement sei wie kein anderes Instrument dazu geeignet, die Aufmerksamkeit des Konsumenten zu gewährleisten, da dieser grundsätzlich vom Wunsch geprägt werde, den einen oder anderen Spielfilm sehen zu wollen.¹³² Dabei wird der Filmkonsum wissend gesteuert, denn die damit verbundene Aufmerksamkeit des Zuschauers ist auf die Spielfilmlänge beschränkt. Somit sei das Product Placement für das Aufzeigen von neuen Produkten nicht geeignet, denn der Zuschauer sehe sich Spielfilme meist nur ein-oder zweimal an.¹³³ Die Verknüpfung des Objektes in die Erzählung gilt als Voraussetzung des Product Placements.¹³⁴ Das Objekt wird kreativ in die Erzählung eingebunden und ist für den Rezipienten deutlich erkennbar.¹³⁵ Die Handlung und das verwendete Objekt harmonisieren miteinander und ergänzen sich gegenseitig. Auf diese

¹²⁹ Mikos: Film – und Fernsehanalyse, S. 261.

¹³⁰ Vgl., Ebd., S. 259.

¹³¹ Vgl. Tata: Product Placement, S.58.

¹³² Vgl. Manfred Auer / Udo Kalweit / Peter Nüßler (Hg.): *Product Placement, Die neue Kunst der geheimen Verführung*, Düsseldorf u. a. 1988, S. 60f.

¹³³ Vgl. Ebd., S. 74.

¹³⁴ Vgl. Tata: Product Placement, S.16.

¹³⁵ Vgl. Auer / Kalweit / Nüßler (Hg.): *Product Placement*, S. 11.

Weise können die Filmfiguren charakterisiert werden.¹³⁶ Der Zuschauer nimmt die Handlung eindeutiger wahr, identifiziert sich mit ihr und ist deshalb besonders aufmerksam. „Werden Placements also zu Spannungshöhepunkten in die Handlung eingebaut, werden sie durch das höhere Involvement mit großer Wahrscheinlichkeit wahrgenommen.“¹³⁷ Die Tatsache, dass das Product Placement das Wahrnehmen von Produkten, die es auch in der Realität zu kaufen gibt, befähigt, kann auf Seiten der Rezipienten dazu führen, sich ein Produkt kaufen zu wollen, dass auch im Film von einem Darsteller verwendet wurde. Mit dem Kauf des Produktes kann der Zuschauer eine gewisse Gleichstellung mit dem Protagonisten erzielen.¹³⁸ Es gibt zwei Arten von Product Placement, die voneinander unterschieden werden müssen. Das Product Placement kann einerseits über den visuellen und andererseits über den verbalen Weg vermittelt werden. Da Bilder besser im Gedächtnis gespeichert werden als sprachliche Informationen, eigne sich jedoch die visuelle Präsentationsform für die Einbindung des Product Placements in die Filmhandlung noch viel mehr.¹³⁹ Für die Wirkung eines Placements muss darauf geachtet werden, in welchem Umfang das platzierte Objekt und die Filmhandlung in einem zueinander gehörenden Verhältnis stehen.

Es gilt zwischen *On-Set Placement* und *Creative Placement* zu unterscheiden. Das On-Set Placement ist für die Filmhandlung unbedeutend. Es hebt die Veranschaulichung einer Szene hervor und charakterisiert diese. Im Gegensatz dazu wird das *Creative Placement* in die Handlung mit eingebaut. „Indem sie zum aktiven Bestandteil der Handlung werden und von den Darstellern ge- oder verbraucht werden, erhalten sie eine eigene Rolle [...]“¹⁴⁰ Das Objekt wird nicht nur in die Handlung aktiv mit eingebettet, sondern auch entweder für eine längere Zeit oder eine wiederholte Präsenz eingebracht. Während beim *On-Set Placement* für das Produkt nur durch seine Präsentation in der Handlung geworben werde, trete der Werbeeffect beim *Creative Placement* durch die Übertragung des Handlungs- oder Darstellerimages auf das platzierte Produkt ein.¹⁴¹ Das bedeutet, dass jede verwendete Präsentationsform der Objektplatzierung einen eigenen Einfluss auf den Zuschauer hat und der Film vorgibt, welches Produkt lediglich präsentiert wird oder sogar Teil der Erzählung ist. Auf diesem Wege wird dem Produkt eine relevante Bedeutung für den Film zugesprochen. Das Product Placement wird jedoch oft irrtümlich als „Schleichwerbung“ definiert, obwohl diese sich vom Product Placement eindeutig unterscheidet. Während nämlich in der „Schleichwerbung“ dem Zuschauer ein Produkt entweder aufgezwungen oder beiläufig genannt wird, ohne das Produkt in seiner

¹³⁶ Vgl. Ebd., S. 70.

¹³⁷ Tata: Product Placement, S.59.

¹³⁸ Vgl. Auer / Kalweit / Nüßler (Hg.): Product Placement, S. 65.

¹³⁹ Vgl. Tata: Product Placement, S.23.

¹⁴⁰ Ebd., S.24.

¹⁴¹ Vgl. Ebd., S.24 f.

Anwendung zu zeigen, ist das Product Placement als wichtiges Requisit an der Handlung beteiligt.¹⁴² Außerdem kann das Product Placement bestimmte Zielgruppen ansprechen, die durch die klassische Werbung nicht erreicht werden. Dazu zählen Rezipienten, die sich an den Fernsehwerbungen nicht beteiligen, aber dennoch aufgrund ihres Filmkonsums über das Product Placement erreichbar sind.¹⁴³ Ein gravierender Unterschied liegt darin, dass der Zuschauer vom Werbespot beeinflusst wird, während er beim Product Placement unterhalten werden soll.¹⁴⁴ In dieser Hinsicht hängt das Product Placement unmittelbar mit dem kommerziellen Erfolg eines Spielfilms zusammen, denn wenn der Film seinem Publikum nicht gefällt, bleibt das Product Placement wirkungslos.¹⁴⁵ Wenn jedoch die Produkte aus aktuellen Filmen erkennbar präsentiert sind und über diese hinaus auch in anderen Medien thematisiert werden, dann kann der Bekanntheitsgrad des Produktes gesteigert werden.¹⁴⁶ Der Film zeigt dabei das Image oder auch die Persönlichkeit des Objektes auf und präsentiert es nicht mehr als „Ware“, sondern als eine Idee eines „neuen Lifestyles“. ¹⁴⁷ Es gibt kaum ein besseres Beispiel für das Aufzeigen eines Lebensgefühls, wie das eines Designklassikers. Ein Klassiker sollte, um es auch als ein solches gelten zu lassen, bereits eine gewisse Bekanntheit aufweisen und einige „Designmoden“ überstanden haben, ohne überlebt zu wirken. Ein Klassiker ist im selben Zuge schlicht gehalten, obwohl es in seiner technischen Umsetzung auf jeden Fall auch aufwändig sein kann. Das Design wirft keine Verwirrungen, Zweideutungen oder auch Unklarheiten auf, obwohl es zugleich auch nicht leer oder durchschnittlich wirken sollte. Es darf nicht ersetzbar sein.¹⁴⁸ Ein Klassiker verweist auf seine vorbildliche Anfertigung und wird als ideal eines Designs anerkannt. Es muss dabei unabhängig von einer bestimmten Stilrichtung bleiben und zeitlos sein. Dabei bezieht sich die Innovation des Entwurfes auf seine Technik oder auf das Material. „So wurde der an sich einfache Stuhl von Thonet zum Klassiker, weil Thonet als erster die industriellen Möglichkeiten vorbildlich nutzte. So wurden die Möbel von Eames und Le Corbusier zum Klassiker.“¹⁴⁹

Designklassiker werden aufgrund ihres Wiedererkennungswertes sehr oft dramaturgisch benötigt und eignen sich deshalb besonders gut für die Verwendung im Film. Sie werden wie beim Product Placement entweder lediglich präsentiert oder in die Handlung miteinbezogen. Der Film charakterisiert so das Image des Designklassikers. Der *Thonet* Stuhl, die *La Chaise* Sitzbank, der *LC2* Sessel und der *Tulip* Stuhl sind aus diesem Kontext heraus *On-Set*

¹⁴² Vgl. Auer / Kalweit / Nüßler (Hg.): Product Placement, S. 53f.

¹⁴³ Vgl. Tata: Product Placement, S. 61.

¹⁴⁴ Vgl. Tata: Product Placement, S.56.

¹⁴⁵ Vgl. Auer / Kalweit / Nüßler (Hg.): Product Placement, S. 90.

¹⁴⁶ Vgl. Ebd., S. 74.

¹⁴⁷ Vgl. Tata: Product Placement, S.50.

¹⁴⁸ Vgl. Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen (Hg.): *Sitz-Klassiker von A bis Z: Stuhl Nr. 14 (1859), Stuhl Hill House (1902), Stuhl Fledermaus (1907)...*, Essen 1966, S. 7.

¹⁴⁹ Ebd., S. 9.

Placements. Sie werden lediglich auf unterschiedliche Weise in den Filmen gezeigt, heben damit die Veranschaulichung der Szene hervor und charakterisieren diese.

Der *Swan* Sessel, der *Louis Ghost* Stuhl, der *Lounge* Sessel, der *Egg* Sessel und der *Eyeball* Stuhl sind hingegen Creative Placements. Sie werden alle von den Filmcharakteren verwendet und sind dadurch in die Handlung integriert. Der Zuschauer wird auf diese Weise auf das „Produkt“, dem Stuhldesignklassiker, aufmerksam gemacht und eventuell auch in seiner Kaufentscheidung bestärkt.

3.2. Genre

Filme können in zwei Kategorien eingeteilt werden, in fiktional und non-fiktional. In der fiktionalen Filmdarstellung ist die erzählte Geschichte erfunden, wo hingegen in der non-fiktionalen Filmdarbietung sich die dargestellte Geschichte auf realitätsgetreue Ereignisse beruht. Dabei kann die Gattung eines Films auf ein bestimmtes Genre verweisen. Das Genre fasst den Film in seiner Gesamtheit zusammen und verweist auf seine typischen Merkmale. „In der Gattung Spielfilm kann z.B. zwischen den Genres Melodram, Western, Komödie, Kriminalfilm, Horrorfilm, Science-Fiktion-Film usw. unterschieden werden.“¹⁵⁰ Das Genre entwickelte sich besonders erfolgreich, dadurch versuchten Filmproduzenten diese in ihren Filmen erneut umzusetzen, damit ein noch größerer Zuspruch auf Seiten der Rezipienten erreicht werden konnte. Es setzten sich auf diese Weise gewisse Standardisierungen durch. Das Publikum konnte davon ausgehen, dass ein angekündigter Genrefilm, seine Erwartungen erfüllen wird. „Genres tragen so zur Routinisierung und Ritualisierung der Filmkommunikation durch Stereotypisierung bei.“¹⁵¹ Innerhalb der jeweiligen Genres weisen diese jedoch keine gemeinsamen narrativen oder auch ästhetischen Zusammenhänge auf. Es geht darum, die Form des jeweiligen Films und das daraus resultierende Genre zu ermitteln, damit die Erzählung und ihre Darstellung bestimmt werden können. „Da sich Konventionen der Erzählung und Darstellung auch im Wissen der Zuschauer niedergeschlagen haben, gibt es einen Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit eines Films zu einem Genre und der Art und Weise, wie diese Filme rezipiert werden.“¹⁵²

Genre vereinheitlichen inhaltliche und ästhetische Aspekte des Films. Die Erzählform eines Genres lässt sich im Wesentlichen nach Zeit, Ort, Haupt- und Nebenfiguren, Handlungsrollen, Themen, Handlungsablauf und Ausstattung unterscheiden.¹⁵³ Der Film wird auf diese Weise

¹⁵⁰ Mikos: Film – und Fernsehanalyse, S. 263.

¹⁵¹ Vgl. Jörg Schweinitz: *Film und Stereotyp. Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses*, Berlin. 2006, S. 43 ff.

¹⁵² Mikos: Film – und Fernsehanalyse, S. 262.

¹⁵³ Vgl. Ebd., S. 268.

strukturiert und er kann die Sehgewohnheiten und Erwartungshaltungen der Zuschauer erfüllen.

„Genres stellen hinsichtlich der Zuschauererwartungen ein Gebrauchswertversprechen dar. Die Kenntnis eines Genres und seiner Konventionen schafft eine Art kommunikatives Vertrauen.“¹⁵⁴

Der Zuschauer verbindet mit einem Genrefilm nicht nur das bestimmte Genre selbst, das es zeigt, sondern auch Emotionen, die durch die narrative Filmdarstellung hervorgehoben werden. Der Film ist also „ein gesellschaftliches Phänomen, das in vielfältiger Weise in unsere Kultur eingebettet ist und auch umgekehrt unsere Kultur und Gesellschaft entscheidend prägt.“¹⁵⁵

In dieser Hinsicht spielt die Platzierung eines Product Placements eine wichtige Rolle. Es kann nämlich eine Differenzierung der Zuschauergruppen nach Art des Filmgenres vornehmen (z.B. Actionfilm, Komödie, Abenteuerfilm, etc.).¹⁵⁶ Was jedoch die Platzierung von Designersitzmöbelobjekten in diesem Kontext betrifft, konnte mit den Untersuchungen dieser Arbeit bewiesen werden, dass Designklassiker in unterschiedlichen Genres vertreten sind. Dadurch wird keine bestimmte Zielgruppe allein adressiert. *The Appartement* und *Click* sind Komödien, *Men in Black* ist ein Science-Fiction-Film und *Fool's Gold* ein Abenteuerfilm.

¹⁵⁴ Ebd., S. 265.

¹⁵⁵ Nils Borstnar / Eckhard Pabst / Hans Jürgen Wulff: *Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft*, Konstanz. 2002, S. 11.

¹⁵⁶ Tata: Product Placement, S. 60.

4. Schlussbemerkungen

In dieser Arbeit sollte zum Ausdruck kommen, in welchem Zusammenhang Möbel, Film und Image stehen. Dazu soll an dieser Stelle auf die zu Beginn dieser Arbeit gestellten Frage verwiesen werden. Nach den Ausführungen dieser Arbeit, kann gesagt werden, dass der Stuhl als bedeutendes Requisit in einem Film erscheint. Wie in Kapitel 2.1. *Historisierung* erläutert, bestärkt der Stuhl mit seinem Imagegehalt die Filmhandlung. Im Unterkapitel 2.2. *Hervorhebung der Figur* wird beschrieben, dass er als Teil der Handlung gesehen wird und der Figur einen gewissen Status verleiht. Dieser Status entsteht entweder alleine durch die optische Erscheinung des Stuhls oder als Hilfsmittel im Filmgeschehen. Über neuen Designerstühle der vier erforschten Filme kann gesagt werden, dass die Verwendung der Stühle nicht vom Genre abhängig ist. Hierbei stellt der Designerstuhl sich selbst, die Form und sein Design dar und kann nicht mit dem klassischen Stuhl verglichen werden.

Mit dem Versuch einen Film aus seiner ästhetischen Erscheinung heraus zu lesen, gilt es sein eigenes Wahrnehmungsvermögen zu erweitern. Dabei versteht sich die ästhetische Erscheinung als ein präsentiertes Image. Das Image eines Films zeichnet sich dementsprechend aus einer besonderen Designhaftigkeit aus, die im Film präsentiert wird. Ein für den Film verwendetes Designersitzmöbel kann beispielsweise diese besondere Designhaftigkeit sichtbar machen. Insofern der Film erfolgreich ist, kann er selbst zu einem Kultstatus gelangen oder aber auch die in ihm dargelegten Ausstattungsobjekte zu Kultobjekten werden lassen.¹⁵⁷ Wenn dabei die Designhaftigkeit eines Stuhlobjekts auf den Film übertragen wird, kommt es zu einem Imagetransfer.¹⁵⁸ Das Image eines Films kann somit erst dann entstehen, wenn es zwischen den Ausstattungsobjekten und dem gesamten Film eine thematische Übereinstimmung gibt. Der Imagetransfer hängt unter anderem auch stark vom Erfolg des Films, dem Image und der Wirkung des Darstellers ab.¹⁵⁹ Es kann jedoch auch ein Imagetransfer ohne den Einsatz von berühmten Schauspielern funktionieren. Wenn nun die Designhaftigkeit eines bestimmten Sitzmöbels bekannt ist, kann es verwendet werden, um damit das Image des Films selbst zu bestimmen.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Nadja Tata: *Product Placement in James-Bond-Filmen*, Saarbrücken. 2006, S.62.

¹⁵⁸ Vgl. Ebd., S. 64.

¹⁵⁹ Vgl. Manfred Auer / Udo Kalweit / Peter Nüßler (Hg.): *Product Placement, Die neue Kunst der geheimen Verführung*, Düsseldorf u. a. 1988, S. 86.

¹⁶⁰ Vgl. Ebd., S. 70.

5. Bibliographie

Monographien:

Manfred Auer: *Top oder Flop? Marketing für Film und Fernsehen*, Gerlingen. 2000.

Rudolf Arnheim: *Die Dynamik der architektonischen Form. gestützt auf die 1975 an der Cooper Union New York gehaltenen „Mary Duke Biddle lectures“*, Köln. 1980.

Rudolf Arnheim: *Film als Kunst*, Frankfurt/M. 2004.

Albrecht Bangert: *Antiquitäten. Thonet Möbel. Die Geschichte einer großen Erfindung Mit über 120 Abbildungen unter Verwendung einer Biographie aus dem Jahre 1896 und Auszügen aus den Originalkatalogen*, München. 1979.

Catharina Berents: *Kleine Geschichte des Design. Von Gottfried Semper bis Philippe Starck*, München. 2011.

Ronald Bergan / Borchard Kirsten: *Kompakt & visuell*. München. 2007.

Elize Bisanz: *Die Überwindung des Ikonischen. Kulturwissenschaftliche Perspektiven der Bildwissenschaft*, Bielefeld. 2010.

Nils Borstnar / Eckhard Pabst / Hans Jürgen Wulff: *Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft*, Konstanz. 2002.

John C. Butler / Kritina Holden / Larry W. Lidwell: *Design, Die 100 Prinzipien für erfolgreiche Gestaltung*, München. 2004.

Clive Chajet, Tom Shachtman: *Image-Design Corporate Identity für Firmen, Marken und Produkte*, Frankfurt/ New York. 1995.

Hajo Eickhoff: *Himmelsthron und Schaukelstuhl Die Geschichte des Sitzens*, München u.a. 1993.

Thomas Elsaesser / Malte Hagener: *Filmtheorie zur Einführung*, Hamburg. 2008.

Charlotte Fiel / Peter Fiel: *Modern Chairs*, Köln. 1993.

Ruth H. Geyer-Raack, Sibylle Geyer: *Möbel und Raum*, Berlin. 1955.

Evi Hallermayer: *Filme analysieren – Kulturen verstehen. Über Akira Kurosawas Yojimbo und seine beiden Remakes Per un pugno di dollari und Last man standing*, Konstanz. 2008

Andrea Kleiniger: *Der Kaffeehausstuhl Nr. 14 von Michael Thonet*, Frankfurt/M. 1998.

York Kautt: *Image. Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien*, 2008. Bielefeld.

Othmar v. Leixner: *Möbelstilkunde. Einführung in die Geschichte des Mobiliars*, Leipzig. 1909.

Marshall Mc Luhan: *Understanding Media. The Extension of Man*, New York 1964; dt.: *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Düsseldorf u.a. 1968.

Lothar Mikos: *Film – und Fernsehanalyse*, Konstanz. 2008.

Judith Miller: *Der Stuhl: Stil-Design-Kult*, München. 2010.

Till Rave: *Wie das Kino Raum präsentiert. Tendenzen der Rauminszenierung im Gegenwartskino*, Saarbrücken. 2008.

Arthur Rüegg: *Le Corbusier Möbel und Interieurs 1905-1965*, Zürich. u.a. 2012.

Georg Seeßlen, Fernand Jung: *Stanley Kubrick und seine Filme*, Marburg. 1999.

Nadja Tata: *Product Placement in James-Bond-Filmen*, Saarbrücken. 2006.

Wolfgang Ullrich: *Mit dem Rücken zur Kunst, Die neuen Statussymbole der Macht*, Berlin. 2000.

Jörg Schweinitz: *Film und Stereotyp. Eine Herausforderung für das Kino und die Filmtheorie. Zur Geschichte eines Mediendiskurses*, Berlin. 2006.

Vitra Design Museum: *Die Möbel von Charles & Ray Eames*, Weil am Rhein. 2007.

Herausgeberschriften:

Andrea Gleininger: Die Bugholzmöbel von Michael Thonet, in: *Modern furniture: 150 years of design*, hg. v. Volker Albus, Ullmann 2009, S. 688-691, hier: S. 688.

Martin Wellner: Arne Jacobsen Schwan & Ei, in: *Modern furniture: 150 years of design*, hg. v. Volker Albus, Ullmann 2009, S. 439-455, hier: S. 453.

Alexander von Vegesack/ Vitra Design Museum (Hg.): *Verner Panton Das Gesamtwerk*, Weil am Rhein 2000.

Arnd Friedrichs (Hg.): *The infamous chair: 220°C virus monobloc*, Berlin 2010.

Vgl. Hajo Eickhoff in: Final destination: Plastic chair an insight into the culture of sitting, Arnd Friedrichs (Hg.): *The infamous chair: 220°C virus monobloc*, Berlin 2010, S. 6-10, hier: S. 7

Christine N. Brinckmann: Die Rolle der Empathie oder Furcht und Schrecken im Dokumentarfilm, in: Matthias Brütsch / Vinzenz Hediger / Ursula von Keitz / Alexandra Schneider / Margrit Tröhler (Hg.): *Kinogefühle, Emotionalität und Film*, Marburg 2005, S. 333-360, hier: S. 343.

Donald Albrecht: Einführung, in: Ernst&Sohn / Vitra Museum / Library of Congress (Hg.): *Die Welt von Charles und Ray Eames*, Berlin 1997.

Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen (Hg.): *Sitz-Klassiker von A bis Z: Stuhl Nr. 14 (1859), Stuhl Hill House (1902), Stuhl Fledermaus (1907)...*, Essen 1966.

George H. Marcus (Hg.): *Le Corbusier Im Inneren der Wohnmaschine*, München 2000.

Georg Lukacs: Gedanken zu einer Ästhetik des Kinos, in: Anton Kaes (Hg.): *Kino-Debatte Texte zum Verhältnis von Literatur und Film 1909-1929*, München 1978, S. 112-118, hier: S. 115.

Hanne Horsfeld: Innovation- Integration- Provokation Verner Pantons Sitzmöbel, in: *Verner Panton: Das Gesamtwerk*, hg. v. Alexander Vegesack / Vitra Museum, Weil am Rhein 2000, S. 20-73, hier: S. 22.

Joachim Küpper/Christoph Menke (Hg.): *Dimensionen ästhetischer Erfahrung*, Frankfurt/M. 2003.

Joachim Paech: Paradoxien der Auflösung und Intermedialität, in: Martin Warnke / Wolfgang Coy / Georg Christoph Tholen (Hg.): *HyperKult. Geschichte, Theorie und Kontext digitaler Medien*, Basel & Frankfurt/M. 1997, S. 331-368.

Joseph Vogl: Medien-Werden: Galileis Fernrohr, in: Lorenz Engell (Hg.): *Mediale Historiographien*, Weimar 2001, S. 115-123.

Manfred Auer / Udo Kalweit / Peter Nüßler (Hg.): *Product Placement, Die neue Kunst der geheimen Verführung*, Düsseldorf u. a. 1988.

Marco Siebertz: Die Spannplatte, in: *Modern furniture: 150 years of design*, hg. v. Volker Albus, Ullmann 2009, S. 494-535, hier: S. 516.

Margrit Frölich / Reinhard Middel / Karsten Visarius (Hg.): *No Body is Perfect, Körperbilder im Kino*, Schüren 2001.

Margrit Tröhler / Vinzenz Hediger: Ohne Gefühl ist das Auge der Vernunft blind. Eine Einleitung, in: Matthias Brütsch / Vinzenz Hediger / Ursula von Keitz / Alexandra Schneider / Margrit Tröhler (Hg.): *Kinogefühle, Emotionalität und Film*, Marburg 2005, S. 7-20. und S. 333-360

Sebastian Hackenschmidt / Klaus Engelhorn (Hg.): *Möbel als Medien, Beiträge zu einer Kulturgeschichte der Dinge*, Bielefeld 2011.

Sabine Schulze/ Ina Grätz (Hg.): *Verner Panton: die Spiegel-Kantine*, Ostfildern 2012.

Sandra Dachs/ Patricia de Muya/ Laura Garcia Hintze (Hg.): *Objekt- und Möbeldesign Charles und Ray Eames*, Köln 2007.

Poul Erik Skriver: Arne Jacobsen, in: Presse- und Kulturabteilung des Dänischen Aussenministeriums (Hg.): *Arne Jacobsen Ein dänischer Architekt*, Kopenhagen 1971/1972, S. 3-15.

Presse- und Kulturabteilung des Dänischen Aussenministeriums (Hg.): *Arne Jacobsen- ein dänischer Architekt*, Kopenhagen 1971/72.

Theodor W. Adorno: *Minima Moralia*. Reflexionen aus dem beschädigten Leben, in: *Gesammelte Schriften* 4, hg. v. Rolf Tiedemann, Frankfurt/M. 2003, S. 97f.

Literatur Online:

Heinrich de Fries: Raumgestaltung im Film, in: *Wasmuths Monatshefte für Baukunst und Städtebau*, 5/ ¾, 1920/21, S. 63-82.

http://opus.kobv.de/zlb/volltexte/2006/893/pdf/WMB_1920_21_03-04.pdf

<http://www.infurn.com/de/arne-jacobsen-swan-chair>

<http://www.infurn.com/de/eero-aarnio-eyeball-chair>

<http://www.greenpeace.org/austria/de/marktcheck/themen/bewusst-einkaufen/konsum/chemikalien-kunststoffe/kunststoffe/>

Alle Internetquellen wurden am 26.05.2014 überprüft und waren zugänglich.

6. Filmverzeichnis

The Apartment, Regie: Billy Wilder, DVD-Video, MGM Home Entertainment, USA, UK 1960.

Men in Black, Regie: Barry Sonnenfeld, DVD-Video, Sony Pictures Home Entertainment, USA, UK 1997.

Click, Regie: Frank Coraci, DVD-Video, Columbia Pictures, USA, UK 2006.

Fool's Gold, Regie: Andy Tennant, DVD/Video, Warner-Bros.-Studio, USA, UK 2008.

Schindler's List, Regie: Steven Spielberg, DVD-Video, Universal Studios, U.S., Canada 1993.

7. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Thonet Stuhl, Gleininger, „Die Bugholzmöbel von Michael Thonet“, S. 680	17
Abb. 2 Der Thonet Stuhl Nr.14 als nostalgisches Element, Fool's Gold 01:21:27	18
Abb. 3 The Swan-Chair: als einzige Sitzmöglichkeit, The Apartment 01:53:52	19
Abb. 4 Swan Stuhl, Miller, „Der Stuhl: Stil-Design-Kult“, S. 245	20
Abb. 5 The Swan-Chair als zeitstilistisches Element, The Apartment 01:56:47	21
Abb. 6 La Chaise Sitzbank, Miller, „Der Stuhl: Stil-Design-Kult“, S. 253	23
Abb. 7 Die Sitzbank La Chaise als Zukunftsmöbelausstattung, Click 01:13:54	24
Abb. 8 Louis Ghost Stuhl, Friedrichs, „The infamous chair: 220C virus monobloc“, S. 7	25
Abb. 9 Louis Ghost Chair als Zukunftsdesign, Click 01:21:05	27
Abb. 10 670 Lounge Chair, Miller, „Der Stuhl-Design-Kult“, S. 232	30
Abb. 11 Lounge-Chair Hervorhebung des Hauptprotagonisten, Click 00:01:00	31
Abb. 12 Lounge-Chair vs. Familiensofa, Click 00:11:34	32
Abb. 13 LC2 Sessel, Miller, „Der Stuhl-Design-Kult“, S. 166	34
Abb. 14 Der LC2 Sessel repräsentiert das Design des Architekturbüros, Click 00:06:22	35
Abb. 15 Der LC2 Sessel im zweiten Architekturbüro, Click 00:06:47	35
Abb. 16 Egg Chair, Miller, „Der Stuhl-Design-Kult“, S. 241	36
Abb. 17 Figurenkonstellation anhand der Innenausstattung, Men in Black 00:38:04	37
Abb. 18 Eyeball Sessel, http://www.infurn.com/de/eero-aarnio-eyeball-chair	38
Abb. 19 Eyeball Chair ist ästhetisch, Men in Black 00:23:44	39
Abb. 20 Tulip Chair, Miller, „Der Stuhl-Design-Kult“, S. 227	40
Abb. 21 Tulip Chair im Einklang mit der Raumästhetik, Man in Black 00:33:33	41

8. Abstract

Diese filmwissenschaftliche Diplomarbeit thematisiert das *interior* Design im Film. Ziel ist es, mögliche Funktionen der Designersitzmöbelobjekte darzulegen. Wie verändert ein bekanntes Möbelobjekt die narrative Handlung eines Films? Diese Analyse soll die Relevanz des Designer-Mobiliars im Hinblick auf die Filmästhetik bestärken. Nachdem der Zusammenhang von Möbel, Film und Image erläutert wird, soll folgendes untersucht werden: Die narrative Funktion des *interior* Designs, auf eine bestimmte Zeit, die Charakterisierung der Figur und die Hervorhebung des Stuhlimages.

Im Wesentlichen kann sich das Sitzmöbel in die Filmhandlung integrieren. Der Zuschauer nimmt eine gewisse ästhetische Atmosphäre wahr und überträgt diese auf die Figur. Das Design-Möbiliar weist insbesondere Eigenschaften eines Images auf. Diese These wird durch Marshall Mc Luhans und Joseph Vogls Erkenntnisse belegt. Um kennzeichnen zu können, dass Designersitzmöbelobjekte wie ein Product Placement platziert werden, wird Manfred Auer herangezogen. Das *interior* Design weist unterschiedliche Funktionen in den jeweiligen Filmbeispielen auf. Diese aufzuzeigen, ergibt sich aus der Arbeit.

Auf diesem Wege wünsche ich jedem Leser und jeder Leserin meiner Diplomarbeit Freude und vielleicht neu entdeckte Kenntnisse im Bereich des Sitzmöbeldesigns!

9. Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Nadia Suleiman

Geboren am 24.12.1986 in Berlin, Deutschland

Ausbildung

Von 2007-2014 Theater- Film- und Medienwissenschaften, Universität Wien

1999-2006 Gottfried-Keller-Oberschule, Gymnasium
Berlin, Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf
Abiturabschluss im Juni 2006

1993-1999 Carl-Bolle-Grundschule
Berlin, Bezirk Tiergarten

Berufserfahrungen

Okt. 2010 – Juli 2011 Praktische Lehrveranstaltung:
Bühnenlicht und Bühnenfotographie, Tadeusz Krzeszowiak

Okt. 2010 – Feb. 2011 Praktische Lehrveranstaltung:
Strukturen und Strategien freier Kulturarbeit, Karin Wolf

Feb. – Juni 2011 Kindergruppe für gestaltendes Spiel, die jungen Theatermacher
„Farblos verschwunden“, Kostüm

März – Juli 2011 Von der Idee zur Sendung, Kurzfilm: *„Das Tor zur Hölle“*,
Hauptdarstellerin

Okt. 2011 – Juli 2012 Gestaltungsprojekt- Design: Interior Design
The Essence 2012: Ausstellung
Künstlerhaus Wien, Österreich